

tradução



[ALESSANDRO BUCCI]

MA Fashion Studies Et MA English Culture, Edinburgh College of Art.

E-mail: a.g.bucci@sms.ed.ac.uk

MUDE, Lisboa: explorações históricas únicas e múltiplas

MUDE, Lisbon: unique and multiple historical explorations

[resumo] Este artigo irá analisar o MUDE, Museu do Design e da Moda de Lisboa, e a sua exposição permanente *Único e Múltiplo*, que foi apresentada no museu entre 2009 e 2016, antes do MUDE fechar para a remodelação das suas instalações. O formato da exposição foi idealizado pela fundadora e diretora do museu, Barbara Coutinho, que também foi responsável pela curadoria da mostra em parceria com a especialista em moda Anabela Becho. O texto observará como a estrutura do edifício – anteriormente um banco – influenciou a disposição das peças na mostra. Posteriormente, analisarei a emergência de duas possibilidades muito diferentes de exploração do percurso da mostra, cada uma delas derivada de diferentes maneiras pelas quais as relações entre os objetos exibidos podem ser desenhadas nesse formato de exibição. O objetivo é destacar o surgimento de múltiplas narrativas históricas, derivadas de diferentes formas de se mover e olhar através da exposição, a partir das diferentes maneiras pelas quais o visitante é levado a combinar fragmentos dentro de um todo.

[17]

[palavras-chave]

museus de moda; MUDE (Museu do Design e da Moda), Galerias comerciais; Walter Benjamin.

[abstract] This paper will look at MUDE, Lisbon's Museum of Design and Fashion and its permanent exhibition "Unico e Multiplo", which was presented at museum between 2009 and 2016, before MUDE closed for the refurbishment of its premises. The exhibition format was ideated by the museum's founder and director Barbara Coutinho, who also curates it with the museum's fashion expert Anabela Becho. The paper will consider how the structure of the building – a former bank – influenced the disposition of displays in the exhibition. It subsequently analyses the emergence of two very different possibilities of exploration, each deriving from different ways in which relations between displays can be drawn in this specific exhibition format. The aim is to highlight the emergence of multiple historical narratives, deriving from different ways of moving and looking through the exhibition, from different ways in which the visitor is prompted to combine fragments within a whole.

[keywords] fashion museums, MUDE, arcades; Walter Benjamin

Introdução

No centro histórico da capital mais ocidental da Europa encontramos o MUDE, o Museu do Design e da Moda de Lisboa. Fundado em 2009, ele é uma das instituições patrimoniais mais jovens da Europa, com coleções que oferecem um encontro singular entre design de móveis e de moda. Pegando o MUDE como estudo de caso, este texto começará mostrando como instituições patrimoniais podem trabalhar para a regeneração de prédios abandonados; depois abordará como as características específicas de um edifício podem influenciar práticas e objetivos de museus. Em seguida daremos uma olhada na exibição permanente do MUDE, *Único e Múltiplo: dois séculos de design*, em que a estrutura particular do edifício influenciou uma estratégia de exibição baseada, por um lado, na representação da cronologia institucional, por outro, em sua dispersão e reconfiguração. Ao fazer isso, o MUDE mostra seu potencial de se tornar a imagem de um museu pós-representacional no qual a historiografia tradicional pode coexistir com uma concepção de história como um entrelaçamento interminável de eventos.

A metodologia que usarei neste artigo para definir a relação entre espaço museológico, visitantes e experiência historiográfica se baseia em ideias apresentadas por Michel Foucault em *As palavras e as coisas* (1974). Neste livro influente, Foucault desvenda os mecanismos que regulam a produção de *declarações* dentro de sistemas de significado envolvendo objetos, textos, comportamentos e instituições, que não pertencem imediatamente ao domínio dos fatos linguísticos. Entretanto a abordagem *arqueológica* de Foucault, que ele usa para escavar em profundidade os sistemas de pensamento, observa o espaço de exposição, a maneira como os artefatos são organizados e a posição dos visitantes nele. Ao fazê-lo, meu objetivo é teorizar e verificar a recorrência de *topoi*, experiências visuais preexistentes que impõem suas regras nos contextos em que aparecem. Tais *topoi* atraem visitantes, recordando experiências de espaço com as quais eles estão acostumados, e que são caracterizadas por modos específicos de estabelecer relações entre fragmentos e o todo.

Para demonstrar a força desses *topoi*, no decorrer das próximas seções, vou comparar o aparecimento deles no museu com sua recorrência no mundo do consumo. Isso é bem diferente de afirmar que o museu se inspira diretamente em modalidades de exibição usadas comercialmente, e o objetivo é enfatizar que a relação entre espaço e artefatos em exposições no museu é emblemática da maneira como os regimes visuais influenciam e moldam nossas experiências como observadores no mundo contemporâneo. Essa comparação parece especialmente significativa no caso das exposições de moda. Em *Thinking About Exhibitions*, Greenberg (1996) observa que as exposições se tornaram a forma de mídia que produz mais conhecimento sobre arte. No caso das exposições de moda, este papel tem sido desempenhado historicamente por outras mídias – como a revista, a vitrine da loja, o blog – cada qual gerando seu discurso específico, cada qual com sua própria tradição. Neste sentido, a apresentação do museu é vista como parte de uma cultura visual mais ampla e como produto de negociações entre diferentes discursos e códigos.

As páginas a seguir buscam demonstrar como essa metodologia é aplicada à exposição permanente do MUDE, *Único e Múltiplo*. Olhando este formato, levarei em conta o tipo particular de exploração histórica que cria para o visitante, realçando a emergência de dois diferentes e opostos modelos historiográficos. Irei comparar cada uma dessas duas experiências com modalidades de consumo de moda fora do museu e o olhar que elas perpetuam. A primeira é a da galeria, caracterizada por uma sequência de vitrines de lojas, a segunda é a da loja de departamentos, caracterizada pelo espaço aberto. Desenvolvidas em momentos

diferentes, elas se caracterizam por duas maneiras diversas de consumir cultura visual e material.

Exibindo moda em uma ruína moderna

Com seus oito andares e 15 mil metros quadrados, o grandioso edifício onde o MUDE está localizado hoje fica em uma posição importante no centro de Lisboa, interrompendo uma longa sequência de lojas de *fast-fashion*, edifícios comerciais e pontos turísticos barulhentos. Esse edifício foi construído entre 1950 e 1967 em um projeto do arquiteto português Cristino da Silva para substituir um antigo edifício pombalino do século XVIII que era pequeno demais para as necessidades de seu antigo dono, o Banco Nacional Ultramarino (BNU), um banco emissor para as ex-colônias de Portugal, que comissionou a obra para poder se mudar para seu interior. Na parede da frente, uma imensa porta de aço separa uma composição de grandes esculturas que reproduzem os brasões de Portugal e os de suas antigas possessões ultramarinas, uma metáfora do poder de seu residente anterior, cujo nome também está gravado na fachada neoclássica. Entretanto, dentro de seus volumes monumentais se esconde uma carcaça em construção, despida até a sua O BNU deixou de existir em 2001. Após uma fusão com a Caixa Geral de Depósitos (CGD) do governo, o novo proprietário do edifício comissionou uma reforma corporativa de seus interiores. As obras foram interrompidas após a intervenção do Instituto de Gestão do Patrimônio Arquitetônico e Arqueológico (IGESPAR)¹, que começou a acompanhar o processo de conservação do edifício e propôs alterações significativas aos planos da CGD. Esses planos tinham o objetivo de preservar algumas das características originais e a herança que elas representavam. O crítico de arquitetura David Cohn descreve o andar principal do banco como tendo "acabamento em mármore exóticos, colunas de aço inoxidável e tetos de estuque com uma cúpula central de vidro", em uma reminiscência dos "interiores vienenses do final do século 19 e começo do século 20" em referência ao estilo de Otto Wagner e Josef Hoffmann (COHN, 2009, p. 68). Entretanto, àquela altura tudo o que sobreviveu foi o balcão de pedra do banco (que irá se tornar um elemento-chave da exposição permanente *Único e Múltiplo*), partes do piso e o mosaico próximo à escadaria que leva até os cofres do banco, uma interessante representação colonial de alteridade retratando o encontro entre exploradores portugueses e os habitantes de pele acinzentada do outro lado das Colunas de Hércules. Tudo o mais já tinha sido dilapidado. Entretanto, a coerência elegante dos interiores com o resto do edifício foi bem documentada por fotografias tiradas ao longo do tempo de funcionamento do banco, através dos desenhos originais do arquiteto que sobreviveram, e, o mais interessante, por uma exposição no MUDE em 2013 intitulada *Nacional e Ultramarino: o BNU e a arquitetura do poder*. A exposição, feita em colaboração com o Museu de Artes Decorativas Portuguesas, apresentou mobília original, uma reconstrução do escritório do CEO, projetos e desenhos para a área pública do banco. Como a exposição aconteceu no MUDE, ela se tornou uma reencenação da experiência museológica ao mesmo tempo que espelha o objetivo do museu de educar a respeito do design português e escrever sua história. Quando os novos planos após a intervenção do IGESPAR se tornaram demasiado caros, a CGD decidiu pôr o prédio à venda e se mudar para outro lugar: marcado pelo tempo do processo de preservação, o edifício foi abandonado em 2004.

Em 2007, a história do edifício do BNU se sobrepõe à da fundação do MUDE. Isso aconteceu quando Bárbara Coutinho, fundadora e diretora do MUDE, estava explorando diferentes locais possíveis onde se poderia instalar um novo museu de design e moda sob os auspícios da Câmara Municipal de Lisboa. Uma de suas ideias iniciais incluía a possibilidade de utilizar mais de um local, estabelecendo

uma rede de relações com galerias, universidades, escolas, lojas, onde exposições pudessem ser realizadas. Essa ideia originou-se – e tinha o objetivo de enfatizar – do senso que a prefeitura tinha de “responsabilidade para com o espaço público” (COUTINHO, 2015), sua regeneração e seus usos, amplamente realçados no plano mestre e refletidos também na escolha final de seu local atual na Baixa Pombalina. Ao mesmo tempo, ela procurava reforçar a forte conexão sentida por Coutinho entre a coleção e a cidade, compreendida tanto quanto tecido urbano genérico, e especificamente como Lisboa, uma coisa que o MUDE ainda se esforça por realçar por meio de seu programa atual de exposições. A ideia de um museu “difuso” foi abandonada quando surgiu a possibilidade de se utilizar o edifício da Rua Augusta. Mais dois anos se passaram e, por fim, em 2008, a Câmara Municipal comprou o edifício, permitindo que o MUDE se mudasse para o que deveria ser uma solução temporária. Apesar de sua posição central no centro histórico da cidade e na imaginação coletiva de seus habitantes, àquela altura, o edifício já estava fechado havia três anos. Coutinho explica quais eram as condições do prédio em sua primeira visita:

Eu também participei da escolha do Banco Ultramarino. Visitei o prédio em setembro de 2007 com o prefeito e o colecionador. O museu naquela época era como a Bósnia logo depois do conflito. Não havia água, nem energia elétrica, muito sujo, porque todo aquele edifício, no coração de Lisboa, com seus 15 mil metros quadrados, estava fechado havia quase três anos. [...] Quando expressei minha opinião a respeito, dizendo que seria maravilhoso se o museu pudesse ser abrigado neste edifício, o prefeito me explicou de modo muito direto que a Câmara Municipal tinha dinheiro para comprar o edifício – que custava cerca de 20 milhões de Euros – mas não tinha dinheiro para reformar seu interior. (COUTINHO, 2015)

[160]

Com apenas um trabalho essencial realizado, o MUDE iniciou suas atividades no piso térreo do antigo prédio do BNU. Este se apresentava como um único salão, do tamanho da quadra inteira do edifício. Janelas corriam por todo o seu redor e as portas ao centro de cada fachada permitiam que toda a área recebesse a luz natural do sol e revelassem de dentro a relação especial singular entre o prédio e as quatro estradas ao seu redor. Os arquitetos Ricardo Carvalho e Joana Vilhena ofereceram uma proposta arquitetônica com o objetivo de remover quaisquer sinais de sua reforma mais recente e amplificar essa sensação de espaço por meio do uso da luz. Através de múltiplos reflexos, o olhar é atraído tanto para a coleção quanto para o concreto exposto, fazendo da área um ambiente altamente cenográfico e versátil. Uma única placa de vidro foi acrescentada para separar a área principal do café, uma parte do museu que atualmente só é utilizada durante aberturas de exposições e eventos especiais. Do café, janelas percorrem todo o salão para permitir que se olhe para a Rua Augusta e vice-versa. Contribuindo para transmitir a ideia de que aquela solução era provisória – e com honestidade a respeito da disponibilidade de recursos – a intervenção proposta também incluía o uso de paletes, coberturas de andaimes e tinta branca industrial. Uma mancha branca inteiriça de copolímero elástico branco recobre o interior do balcão do banco, ocultando uma seqüência de lâmpadas fluorescentes, transformando assim a estrutura de mármore em um anel reluzente. Com o passar dos anos, o MUDE conquistou diferentes áreas do prédio com uma exposição permanente, exposições temporárias, uma livraria, um café e os escritórios da equipe. No momento em que este artigo estava sendo escrito, quatro, dos oito andares do edifício ainda

estavam sendo utilizados. Entretanto, desenvolvimentos substanciais na história do MUDE e de seu edifício acontecerão no futuro próximo, após a aprovação da Câmara Municipal de Lisboa, em 2014, de um investimento de 9 milhões de euros (CÂMARA MUNICIPAL DE LISBOA, 2014). O novo plano tornará todos os andares acessíveis, com a abertura de um restaurante em um dos andares superiores do edifício e uma loja voltada para o design do Atlântico Sul no térreo, onde fica a exposição permanente do MUDE. Com o mínimo de trabalho, o MUDE foi aberto em um prédio abandonado e tornou as ruínas parte integral de suas exposições, e sua preservação um elemento central de sua missão. Essa escolha permitiu, portanto, que as ruínas florescessem não apenas como pano de fundo, mas também como símbolo e processo da negociação entre pressões financeiras e de tempo na renovação que acontece nesse momento em Lisboa.

O caso das apresentações de moda (sejam novas coleções ou modas do passado) em um contexto que reconhece a ruína arquitetônica permite desenvolver considerações sobre o *modus operandi* da moda e seu papel como a "medida do tempo" (BENJAMIN, 1977, p. 165). Produzindo bens de consumo "mais próximos à pele", a moda é definida por Benjamin como o "sex appeal do inorgânico" (ibidem), ou seja, como algo que celebra o fascínio da natureza despida de sua vitalidade cobrindo a superfície do corpo. A moda luta por novidades, vendendo o que vem a seguir e tornando, portanto, o próprio tempo uma mercadoria. Mas a busca do novo contém as condições para a emergência da ruína, para nosso olho crítico ver o que ficou para trás como não representativo do presente. Isso tem a ver com o processo de abrasão simbólica, precedendo o de sua abrasão material, pelo qual uma roupa "da moda" passará depois de ser produzida, um processo de decomposição semiótica no qual o artefato da moda não mais terá domínio sobre a imaginação coletiva, e acabará se revelando o produto da imaginação que sempre foi. Nesse sentido, o processo de ruínificação representa os ciclos da moda, a "destruição sem sentido" (CALEFATO, 2004, p.123) que celebra, e a imagem da ruína se torna uma representação significativa de seu poder revolucionário e do que deixa para trás. E assim, como para a requalificação da ruína arquitetônica no ambiente urbano, na moda uma dimensão de nostalgia baliza a recorrência de práticas de reutilização de roupas e motivos do passado tanto nas práticas cotidianas quanto no design de moda: seu reaparecimento não visa reconstruir a *moda* com a qual estão associados, mas torná-la como ponto de partida para a criação de algo novo, um novo look. Considerando arquitetura e moda como sistemas que produzem ruínas, sublinha a relação distópica entre temporalidades natural e simbólica. Por esse motivo, exibir moda contemporânea nas ruínas da modernidade nos permite integrar e experienciar a construção e a destruição no presente e como ferramentas de potencial reconfigurativo.

Esse link conceitual se torna visível no MUDE, mas ao mesmo tempo é importante ressaltar que a súbita interrupção da conversão do edifício, o que então permitiu que algumas das características essenciais de sua vida como banco sobrevivessem, representa uma possibilidade de que o visitante se reconectasse facilmente com suas funções anteriores antes de se tornar uma ruína, identificar o que ela costumava ser, especular sobre isso e imaginar suas rotinas do passado. No piso térreo, por exemplo, o balcão de mármore original do banco se tornou uma característica fundamental de sua exposição permanente, e no cofre-forte do banco, localizado no porão depois de duas portas metálicas de aspecto intimidador, o visitante pode experienciar parte das exposições de moda temporárias do MUDE. Aqui, as exposições são apresentadas contra o cenário incomum dos 3.532 cofres de aço inoxidável que eram usados para guardar dinheiro, registros e outros itens de valor a salvo de roubos e outras ameaças, incluindo desastres naturais. Essa área inexpugnável, também protegida por um extraordinário sistema de passagens secretas, que permitia que as equipes de segurança o acessassem,

teve seus portões trancados por dentro. Além disso, o prédio contém claramente dentro de si a totalidade do período pombalino, a renascença lisboeta, durante o qual ele foi construído, oferecendo ao visitante uma constelação de sugestões que desterritorializam sua paisagem. Um paradoxo ocorre quando a moda é vista em associação com o banco antigo em vez, conforme sugerido antes, da ruína atual: o banco, uma instituição dedicada à conservação e administração de capital, se transforma em um museu de design de móveis e moda, celebrando o valor simbólico neles erradicado. No banco-museu o sentido do valor excede, pois, os limites de sua conotação monetária quantificável e transborda sobre a conotação cultural que está incluída nos artefatos em exibição. Ao mesmo tempo, o valor dos artefatos como herança cultural é celebrado nos ciclos de colecionar, acumular, preservar, planejar, instalar, ver, discutir, venerar: ainda um depositário de valor, o museu é assim transformado novamente em um banco.

A coleção Francisco Capelo

Ao fundar o MUDE, o antigo prédio do BNU na Rua Augusta em Lisboa abandonou sua função financeira e entrou em uma função de indústria cultural, produzindo educação e entretenimento. Entretanto, isso não teria sido possível sem a existência de uma coleção particular local, cuja referência faz parte do nome completo da instituição: MUDE, Coleção Francisco Capelo. Francisco Capelo começou a colecionar design de móveis e moda depois de uma carreira bem-sucedida em bancos de investimento e mídia. Ela consiste de 672 artefatos de design de mobiliário e 690 artefatos de moda.

[142]

Em 1998, Capelo depositou a parte de design de móveis de sua coleção no Centro Cultural de Belém, de Vittorio Gregotti, um dos principais centros de arte contemporânea de Lisboa. Essa instituição não tinha na época uma equipe especializada em coleções de design e a raridade desse tipo de profissional em Portugal foi o motivo pelo qual decidiram treinar sua diretora de Educação, Bárbara Coutinho, em História e Teoria do Design. Desde então, Coutinho nunca mais parou de estudar a coleção, bem como o tema mais amplo de design de produtos. Em 2006, Capelo vendeu a coleção à Câmara Municipal de Lisboa, com a condição de que ela nunca deixasse Portugal em caráter permanente. No mesmo ano, como a principal especialista na coleção que a Câmara Municipal havia acabado de comprar, mas também em virtude de contatos desenvolvidos em sua capacitação no Centro Cultural de Belém, Coutinho se envolveu em conversas a respeito da fundação de um museu onde a coleção poderia ser exibida e ela acabaria sendo a primeira diretora apenas dois anos depois.

O primeiro passo era criar o arquivo, o espaço onde a coleção poderia ser preservada com a temperatura, iluminação e os níveis de umidade certos. Naquele momento a parte de moda da coleção já tinha se juntado à de design de móveis, mas, ao contrário desta, ainda não havia sido estudada, e, segundo Coutinho, tudo o que a Câmara Municipal tinha recebido com os artefatos era "uma lista de nomes de designers, fotos de trabalho, algumas datas e montes de pontos de interrogação" (COUTINHO, 2015). Isso também significava que era responsabilidade daquela equipe compreender quais requerimentos de conservação eram necessários². Iniciada na década de 1990, a coleção de moda inclui em sua maior parte vestuário feminino com peças datando do século XIX até o começo dos anos 2000. Roupas, sapatos e acessórios traçam a história da moda por meio de uma seleção de artefatos de importantes designers de vários países³. Capelo explica que ela foi montada com os conselhos do amigo Azzedine Alaïa, que também executou o restauro de muitas peças compradas em leilão (CAPELO, 2009). Outras pequenas coleções se juntaram a esse corpo de artefatos nos anos subsequentes.

Explorações históricas Únicas e Múltiplas

As seções a seguir irão considerar a exposição permanente do MUDE e o tipo particular de exploração histórica que ela cria para o visitante. Intitulada *Único e Múltiplo* e exibida no museu entre 2009 e 2016 (quando o museu começou novas obras de renovação), deriva da exposição de abertura do MUDE intitulada *Flashes*, que trouxe para o edifício recém-reaberto da Rua Augusta a ideia de exposição conjunta de importantes artefatos de moda e design de mobiliário. *Flashes* não parecia oferecer qualquer recordação particular de narrativas históricas, pois apenas buscava fornecer uma visão geral do conteúdo da coleção Francisco Capelo, enquanto realçava a ideia de que ambos os campos influenciam um ao outro.

Dirigindo-se ao público em geral, *Único e Múltiplo* procura oferecer uma visão geral das fases principais da história do design de mobiliário e moda entre a década de 1850 e atualmente, por meio de uma combinação de peças do arquivo, aquisições e empréstimos. Cada display na exposição ocupa de dois a quatro paletes e pode ser considerado a menor unidade da exposição. Trabalhando como um microcosmo, cada display cria uma imagem de uma época particular, um número variável de anos cujo espírito está encarnado nos artefatos que ele apresenta. Textos anexos oferecem uma visão de tendências do design em geral e os contextos daqueles anos. Eles pegam pela mão o visitante que é curioso, mas não tem informações buscando fechar o abismo temporal entre ele/ela e o artefato do passado. Moda e design de móveis se situam numa narrativa mais ampla, apoiada por evidências e registros, e que conserva a presença de eventos históricos: uma história de causas e efeito. A redução da distância temporal por meio de fatos mediados pela linguagem é correspondida por uma redução física da distância entre visitantes e artefatos, que são exibidos – com muito poucas exceções – sem uma cobertura de vidro ou qualquer outra forma de separação: os móveis são, assim, expostos diretamente sobre os paletes, enquanto manequins são utilizados para as exposições de moda. Vale a pena notar que os textos sempre permanecem os mesmos, ao passo que artefatos da moda mudam a cada três meses, uma escolha inspirada tanto pelo desejo de alternar exposições de peças da coleção quanto pelas necessidades de preservação dos artefatos.

A narrativa histórica que a exposição se dispõe a criar, a saber, a história de quase dois séculos de design, emerge por meio das conexões que podem ser estabelecidas entre os displays. Contudo, como a exposição foi montada na área plana aberta do térreo, existem múltiplas possibilidades para isso. A fundadora e diretora Barbara Coutinho (2015) explica:

Existe um caminho que o visitante pode seguir [...], mas você também é livre, e é incentivado a encontrar seu próprio caminho e estabelecer sua própria sucessão de peças e relações, que outras pessoas, incluindo nós curadores, podem não ter percebido, criando seu próprio caminho.

Um elemento-chave para isso acontecer é o antigo balcão do BNU, remanescente do passado do prédio como banco e um traço marcante de seu presente. Sua presença define por si mesma um espaço que, caso contrário, seria ininterrupto, e é enfatizada pelo fato de que o lado de dentro do balcão está coberto por um painel branco com iluminação de fundo. Dando a volta no piso térreo, essa extensão de mármore sólido cria uma ampla área quadrada no centro para o lado direito (onde os funcionários costumavam trabalhar) e um enorme corredor ao lado esquerdo (onde os clientes eram atendidos). No corredor, acompanhando o perímetro da área, estão exibidas peças em uma linha do tempo cronológica como se fossem capítulos em um livro escolar de história: *De Meados do Século XIX à Primeira Guerra Mundial*, *Da Primeira Guerra Mundial ao Pós-Primeira Guerra Mundial*; *Do Pós-Guerra à Sociedade de Consumo*; *Os Anos 1960* e *Os Anos 1970*.

O corredor segue até a parte interior, onde existem displays das décadas restantes (*Pós-Modernismo*, e *1990-2000: Design Global*). Interrupções no balcão servem de pontos de acesso entre essas duas áreas. Assim, quando se aproxima da exposição permanente do MUDE, o visitante pode fazer uma escolha: a de seguir o caminho sugerido dando a volta no balcão, seguindo a linha do tempo dada da história do mobiliário e design de moda, ou abraçar a sugestão implícita para ignorá-la e fazer seu próprio caminho através da exposição, criando assim sucessões inesperadas de displays. A primeira abordagem recorda um jeito mais tradicional de organizar e olhar exposições como uma sucessão preestabelecida de relações entre artefatos em exibição, na qual cada display está ideologicamente conectado ao anterior e ao seguinte: nesse caso uma progressão cronológica. Esta última envolve tratar a área como um plano aberto, voltado para cada lado da parede do balcão, atravessando os pontos de acesso e criando conexões pessoais entre displays e os artefatos que eles contêm. O balcão, portanto, se torna o elemento que permite que essas duas modalidades de exploração histórica coexistam e a fronteira material entre duas maneiras de abordar a história da moda e do design de móveis. A primeira se baseia em uma compreensão normativa da história, a segunda na multiplicidade hermenêutica de narrativas individuais. A parte a seguir levará em conta cada uma dessas modalidades separadamente e irá compará-las à modalidade de organização de displays no mundo comercial.

O espaço de exposição como passagem

[144] A primeira maneira de abordar *Único e Múltiplo* consiste em seguir o caminho preestabelecido pelos curadores, e eu irei comparar isso à experiência de consumir moda nas galerias. Ao analisar a estrutura das galerias, estou aqui me referindo ao relato, por Walter Benjamin, da forma específica de expectativa de compra produzida dentro das passagens de vidro e ferro na cidade moderna. A galeria comercial era um espaço aberto a todos, onde os produtos de luxo da economia industrializada ficavam alinhados "nas vitrines das lojas como se fossem objetos antiquados num museu de história natural" (FRIEDBERG, 1994, p. 50). Esses eram combinados para construir a passagem como o oposto do fragmento rebelde: um espaço autocontido apresentado como uma *montagem* fluida. Mas em *Passagens*, a estrutura arquitetônica da passagem, determinando a experiência corporal de passar através dela, também se tornou uma metáfora que Benjamin usava para explicar a cultura parisiense de fins do século XIX: o motivo organizacional de suas vitrines representava para ele um modelo de como imagens e artefatos eram consumidos no mundo moderno, e mais do que isso, a manifestação tangível da relação moderna entre tempo, sua passagem e espaço.

Benjamin explica que a experiência da passagem, representando o consumo de narrativas baseadas em montagem, também é assimilada aos modos de visibilidade oferecidos por outros espaços públicos, incluindo o museu. Para Benjamin, esses espaços assumem uma qualidade onírica: eles interrompem a própria temporalidade do visitante, como espaços que ofereceriam proteção num dia de chuva, mas ao fazê-lo eles impõem sua própria sucessão de imagens vividas, fragmentárias, intensas, trabalhadas em uma narrativa fluida com padrões de causalidade que ao visitante não resta opção além de seguir. A passagem e o museu moderno compartilham as características de espaços oníricos: neles a relação entre fragmentos – as vitrines – é preestabelecida para o olhar distraído do consumidor e se apresenta como uma experiência com a finitude. Tanto na galeria quanto no museu moderno, o espaço se torna o receptáculo de unidades (os displays) e a sucessão deles estabelece uma progressão com base em como se espera ver a representação da narrativa: artefatos são apresentados para o visitante, que consome a exposição, display atrás de display, sala atrás de sala, em uma progressão linear e fixa.

De modo significativo, Benjamin também pensava que *montagem* descrevia a construção de uma imagem de história compreendida como uma sequência de acontecimentos passados levando a um presente de culminação: um mecanismo de apropriação com base no princípio de "citar sem aspas" (BENJAMIN, 1940, p. 458), ou seja, o princípio de ressituar os elementos citados, produzindo fluidez com o que precede e o que segue e literalizando a sequência na forma de uma narrativa histórica retórica. A imagem da história produzida antes e durante tempos modernos é, segundo Benjamin, uma montagem de fragmentos que foram relacionados sem que nenhuma conexão de fato exista entre eles e o presente.

As ideias de Benjamin sobre a estrutura conceitual do contar da história como uma montagem e a *montagem* como o processo de construção dos espaços oníricos da galeria e do museu converge em exposições de museu baseadas em uma narrativa cronológica. Assim, esse tipo de exposição *narrativa* traduz a passagem do tempo em uma organização especial que é considerada linear e irreversível. Oferecendo um profundo entrelaçamento do conceito de contar a história com o de espaço, elas são, portanto, produzidas como uma dimensão única.

Vejamos como isso se reflete por meio da exposição Único e Múltiplo. Ao decidir seguir o caminho dos displays adjacentes, o visitante inicia sua exploração na década de 1850 e é conduzido pela mão ao longo das décadas até o presente: a saída da exposição, um futuro em aberto. Para chegar lá, o visitante experencia um senso de fragmentação conceitual que deriva do rompimento físico de materiais em displays e sua reconexão na forma de uma narração institucional, extramuseológica, enfatizando um senso de finitude, conceitual e física de seu tema por meio de sua cronologia linear. A transição entre displays é assim produzida como uma *montagem* que acaba por se conformar ao desenvolvimento narrativo da inovação estética, em suma, à história e historiografia normativas do design, da Revolução Industrial aos nossos dias, década após década, inovação após inovação. Enfatizando ainda mais esse senso de *montagem*, os textos que acompanham os displays fornecem um panorama socioeconômico de cada década, apontando que inovações principais aconteceram e a quais mudanças históricas, sociais, econômicas e técnicas correspondiam. Esse caminho, oferecendo a mesma narrativa a cada visitante da exposição permanente do MUDE, recupera o contingente histórico: o resultado é uma galeria de imagens, artefatos e textos onde o visitante aborda a história do design, produzida em retrospectiva como uma *montagem* sem interrupções e sem repetições.

A parte a seguir lançará um olhar sobre a outra maneira pela qual a exposição permanente do MUDE pode ser visitada, possibilitada pela estrutura de plano aberto do andar térreo do edifício. A superfície de plano aberto oferece a oportunidade de uma experiência visual do tema da exposição – a história do design – onde os displays não precisam ser pensados como organizados em uma sucessão linear, mas se movem para a criação de uma exposição que permite que o observador determine sua própria sequência no decurso da visita. A exposição é, portanto, determinada como montagem mais outra coisa. Esse excedente implicado justapõe a representação da cronologia linear e sua interpretação por meio de um senso de espacialidade que substitui a direção pela exploração pessoal.

O plano aberto como cenário

Uma das ideias centrais de Benjamin é que a noção de uma temporalidade alternativa só pode emergir contra a versão predominante do tempo cronológico e o faz na forma de interrupções, descontinuidades e repetições. Essa ideia, que irá caracterizar o pensamento de Benjamin por toda sua vida, subverte a ideia hegeliana de história como experiência de progresso e parece antecipar as compreensões pós-modernas e hermenêuticas dos modos de história e a reflexão desses princípios nas representações textuais. A parte a seguir busca identificar o plano aberto como uma organização espacial que permite a representação dessa forma de exploração histórica.

Na história do consumo, o declínio das galerias comerciais foi correspondido pela crescente popularidade da loja de departamentos (BREWARD, 2003)⁴. A essa altura é importante notar que Benjamin analisa a estrutura das galerias precisamente como elas eram em sua fase de declínio, e nunca se cansa de nos lembrar que as galerias são a “precursora da loja de departamentos” (BENJAMIN, 1969, p. 165). A ascensão da loja de departamentos espalha mudanças envolvendo uma série de integrações sociais, determinando um aumento na produção de massa de bens de consumo e uma maior instrumentalização do olhar do consumidor. Mas, quando os consumidores abandonam as galerias, entram em uma nova zona comercial, onde as regras são diferentes.

Como a galeria, a loja de departamentos fornecia um espaço interno onde as pessoas podiam comprar produtos que haviam sido produzidos em outros lugares, ao mesmo tempo que obtinha proteção dos inconvenientes das ruas. Como a galeria, a loja de departamentos exibia e vendia a preço baixo um pluralismo de tipologias de bens (prêt-à-porter, acessórios, mas também mobiliário). Estes, entretanto, eram agrupados numa variedade de departamentos e apresentavam a mercadoria a um público que era mais diversificado do que no tempo em que a galeria estava na moda. Nesse novo espaço de lazer, bens e os displays que os continham eram dispostos em um grande plano aberto sem paredes ou vitrines entre eles, um tema organizador que ainda é capaz de coexistir e ser popular, ao longo de outros, na sociedade contemporânea. O fato de que as lojas de departamentos eram abertas em prédios especificamente construídos, normalmente em bairros centrais, atendidos por transporte público, também as tornavam mais um destino que simplesmente uma passagem.

[146] A maioria dos livros especializados afirma que a loja de departamentos era um símbolo de modernidade (WILLIAMS, 1982; CROSSICK& JAUMAIN, 1999; BO-WLBY, 2000), particularmente ao se levar em conta a relação entre mulheres e artigos e entre mulheres e a cidade, ou o apagamento de classes sociais representado pela sua vasta seleção de mercadorias. Sua estrutura, entretanto, já propunha variações da ideia de montagem identificada por Benjamin como o modelo de consumo de imagens nos tempos modernos. Apresentando sua área pública como um plano aberto e organizando os displays nela, a loja de departamentos começou a reconhecer a importância de uma experiência de compras centrada no cliente: se o frequentador das galerias confiava na sucessão de lojas que tinham sido preestabelecidas para ele, o visitante da loja de departamentos, embora ainda dependendo da disponibilidade de departamentos, tem alternativas. Na loja de departamentos cada visitante pode fazer e faz sua própria montagem, indo de seção em seção, de departamento em departamento. Esta modalidade de consumo, portanto, complica a relação corporal entre visitante e displays/departamentos e habilita o olhar distraído de um visitante para o qual a experiência de comprar não é mais questão de mera passagem, mas envolve fazer uma passagem personalizada, com base em escolhas que vão do racional ao puramente emocional. Ele é assim solicitado a ativar um modo perceptual envolvendo especulação e investigação do espaço e dos objetos ao seu redor para circular no espaço comercial.

O plano aberto pode, portanto, ser pensado como um *topos*, reafirmando ao mesmo tempo o rompimento com tradições que reforçavam a divisão entre áreas a espaços, e a rejeição de maneiras roteirizadas de uso do espaço. O *topos* do plano aberto, que está embutido no espaço típico da loja de departamentos, se tornou popular na arquitetura moderna e foi “levado ao seu extremo na Alta Modernidade” (Jenks, 1996, p. 36). Ele propunha um desmantelamento de barreiras físicas e conceituais e a rejeição de maneiras únicas de engajamento com o espaço, características que o superaram em tempo de vida e reapareceram na arquitetura posterior. Fredric Jameson (1991), um dos primeiros a teorizar a lógica cultural da pós-modernidade, vê no plano aberto a reificação na arquitetura da Condição Pós-moderna (LYOTARD, 1984). Ele explica que isso foi antecipado pelo

plan libre de Le Corbusier, uma solução que permitia acomodar diversos programas arquitetônicos por meio de paredes que podiam ser deslocadas. Em seu estudo do pós-modernismo, ele escreve: "pode-se dizer que o 'plano livre' de Le Corbusier ao mesmo tempo desafia a existência da sala tradicional como categoria sintática e produz um imperativo de habitar em algum modo novo" (JAMESON, 1991, p. 107). O plano aberto, assim, se caracteriza como um espaço multifuncional que se torna o palco para a constante renegociação de rotinas e hierarquias.

Encarnando o topos do espaço aberto, as modalidades de apresentação típicas da loja de departamentos transformaram o sentido de montagem incorporado na galeria de Benjamin, e com ela a metáfora da história como passagem inescapável de eventos. Da mesma forma, as potencialidades incluídas na imagem da história como montagem, inspirada pela estrutura da galeria, ou na própria *montagem* como método historiográfico, atinge novos níveis de atualização quando a concatenação de acontecimentos passados também entra em uma relação com as necessidades atuais do consumidor. Elas oferecem uma alternativa àquela incorporada na passagem e no modelo de história que lembra sua construção, cujo declínio foi de fato previsto por Benjamin. Longe de afirmar que a loja de departamentos já preenche completamente as necessidades dos consumidores pós-modernos e pós-industriais, ela pode ser pensada como contendo as sementes deles dentro de si mesma, em um certo sentido se tornando uma das formas culturais a emergir. Por essa razão, o pós-modernismo – e não o modernismo – pode ser considerado a estratégia mais eficiente para interrogar os códigos socioculturais da loja de departamentos.

[17]

Para considerar a maneira pela qual a estética do plano aberto impacta a consecução da narrativa dentro das exposições, e como isso acontece em um formato de exposição sobre a história do design, parece importante levar em conta que imagem de progressão se estabeleceu com o pós-modernismo. Em particular, considerando narrativas históricas, o filósofo Espen Hammer fala sobre as principais implicações da forma de temporalidade típica do pós-modernismo:

A cultura pós-moderna conseguiu uma coisa que estava adormecida como expectativa na cultura moderna, mas nunca tinha sido totalmente atualizada: a saber, a criação de uma quebra mais ou menos completa com relação às continuidades e expectativas da tradição. A cultura pós-moderna deflagra assim uma crise de historicidade que por si só parece estar registrada em ideias como o fim da arte, o fim da filosofia, o fim da política e assim por diante. Isso também envolve, entretanto, uma rejeição de qualquer narrativa de progresso ao redor da qual a busca de objetivos transcendentais possa ser organizada e, portanto – em franca oposição à cultura moderna – uma perda de qualquer sentido determinado de futuridade juntamente com um desaparecimento quase completo, ao que parece, do horizonte utópico que permanecia como marca registrada de todos os grandes modernismos desde a Revolução Francesa. (HAMMER, 2011, p. 188)

Nesse cenário, *sentido* é uma construção para diferentes usuários interpretar: se a modernidade alimentava uma representação da história como montagem e era estruturada ao redor da ideia de tempo linear, seu declínio derivava de questionar a natureza e significado dessa ideia; se a montagem pudesse ser esboçada como o espaço onírico da passagem, o plano aberto e sua flexibilidade podem ser vistos como precursores de uma rejeição da ordem ou estrutura pre-determinadas que se atualizará completamente no contexto do pós-modernismo.

Dentro da exposição *Único e Múltiplo* a possibilidade de experienciar esse modelo historiográfico é dada lado a lado com o mais tradicional. Histórico. A altura da parede do balcão, a possibilidade de ignorar seu papel como ferramenta que dá informações sobre o passeio, a presença de pontos de acesso nele, e a abertura do espaço que contém, sugerem uma fruição alternativa da exposição permanente. O plano aberto oferece a possibilidade que o visitante tem de abrir seu próprio caminho pela exposição, de criar uma teia de caminhos possíveis e se projetar para fora com os artefatos no espaço: ele mobiliza o corpo em uma expansão sensível na qual a observação da exposição é integrada com uma livre exploração do local. Nessa passagem, o senso que o visitante tem da história se torna seu senso de espaço: isso pressupõe um princípio historiográfico que permite que os visitantes escolham como montar fragmentos. Assim, a década de 1850 pode rapidamente ser relacionada com o momento presente – cujo display está perto dela, do outro lado do balcão, ou os anos 1980 com o período antes da Primeira Guerra que permite que outras considerações surjam no processo, e criar conexões que possam ter escapado à atenção dos curadores.

Essa maneira de compreender o museu propaga a subjetividade de um jeito semelhante à maneira pela qual a subjetividade é propagada na loja de departamentos: o visitante tenta conexões diferentes, com risco limitado e a possibilidade de sempre retornar ao ponto anterior. O deslocamento de displays no plano aberto convida a abandonar cronologias institucionais, criando assim uma substituição controlável de interpretações pessoais. Ela propõe uma relação ativa com a história, na qual os artefatos de moda e design de mobiliário são o ponto de partida para outras considerações. Assim, ao visitante é dada a chance de fugir das formas cognitivas típicas da modernidade que eram identificadas, porém criticadas por Benjamin, ou seja, dizer que a forma do desenvolvimento horizontal, incorporado pelas galerias, determina a história como uma cadeia de eventos. Simbolicamente, esse modo personalizado de consumir a exposição é ainda mais enfatizado pelas relações espaciais únicas entre o térreo e as ruas e avenidas ao redor do museu. As janelas redondas permitem conexão com o lado de fora, bem como os quatro pontos de acesso, localizados em cada lado do salão de entrada. Hoje em dia as janelas raramente são abertas, mas *Único e Múltiplo* foi concebida como um formato de exposição que tiraria vantagem disso, para fornecer quatro diferentes pontos de acesso e de saída entre a exposição e as quatro ruas ao redor do quarteirão do edifício, assim multiplicando as escolhas pessoais. O acesso norte, na Rua de São Julião, permitiria que os visitantes iniciassem a exposição logo antes da Segunda Guerra, a Rua da Prata, na fachada leste do prédio, permitiria que os visitantes entrassem direto nos anos 1960, a da Rua do Comércio, no começo dos anos 1970 vindo da margem do Rio Tejo. (Figuras 1, 2 e 3)

[148]



Figura 1- Exposição de longa duração, 2013 Fonte: ©MUDE-Fernando Guerra



Figura 2 - Exposição de longa duração, 2013 Fonte: ©MUDE-Fernando Guerra



Figura 3 – Exposição Pemamente, 2011. Fonte: ©MUDE-Luís Ferreira

Conclusão

Neste artigo tentei identificar duas abordagens historiográficas à história da moda e do design e sua aparição ao longo da exposição permanente do MUDE. Uma vem de uma maneira conservadora de compreender a função de um museu e seus objetivos. A outra é uma forma inovadora pela qual o museu funciona como palco para interpretações pessoais. Combinando e superando as duas, a exposição pode, portanto, ser vista como não tentando apresentar a história do design como um relato único e completo, mas reconhecendo que podem existir múltiplas abordagens para contar essa história. As ideias subjacentes à oposição entre exposições históricas e a-históricas, portanto, se encontram no balcão, na separação física entre a rota sugerida e o plano aberto, entre confinamento e dispersão. Isso é particularmente importante, pois também irá impactar a questão entre espectador passivo e emancipado. Com seus displays mudando periodicamente, mas ainda explorando os mesmos temas (a história do design e a relação entre único, série e múltiplo), *Único e Múltiplo* reduz todos os espectadores à posição de serem incapazes de obter uma visão geral de todas as fases da exposição. Após cada visita, uma impressão parcial domina a imagem: em vez de preencher seu espaço com história, isso torna evidente a impossibilidade de escrever uma história abrangente. Isso também é apoiado pelas diversas referências ao longo dos textos anexos que têm pouca ou nenhuma ligação com a realidade material do arquivo do museu (p. ex., mudança de designer em casas de moda, mas também em evolução tecnológica, direitos humanos, política internacional etc.) e também reconhecem que cada resultado é uma versão simplificada da história que procura contar. Ao fazer isso, a exposição reconhece a seleção como a estrutura básica dos processos de escritura da história e exhibe o potencial de que algo possa ser realizado no lugar da própria história.

A exposição explode numa multiplicidade: num determinado momento no tempo, dispersando especialmente os displays e oferecendo a diferentes visitantes a possibilidade de conectar livremente os displays; e, em sua totalidade, inovando a si mesmo e oferecendo a certeza de que, ainda que cada visita conte mais ou menos a mesma história – a história do design e da moda – seu conteúdo será diferente. E, com eles, as possibilidades de recoleção, recordação individual. Sempre há algo faltando em uma exposição permanente da história dos artefatos, e o formato *Único e Múltiplo* exhibe essa impossibilidade em conjunto com os artefatos.

NOTAS

¹ Em 2011, o IGESPAR se transformou na Direção-Geral do Patrimônio Cultural. (N.T.)

² Coutinho explica que, enquanto a coleção de design de móveis havia sido mantida no Centro Cultural de Belém, onde uma equipe de profissionais tinha trabalhado em sua conservação, a coleção de moda havia sido guardada “numa sala muito pequena” e “todas as peças estavam penduradas [...] A coleção precisava de um espaço muito maior, alguns dos vestidos precisavam ser colocados horizontalmente para começar” (COUTINHO, 2015).

³ A coleção inclui peças de Alaïa, Balenciaga, Pierre Balmain, Pierre Cardin, Comme des Garçons, Courrèges, Chanel, Dior, John Galliano, Jean-Paul Gaultier, Givenchy, Madame Grès, Gucci, Martin Margiela, Alexander McQueen, Yssey Myake, Mary Quant, Yves Saint Laurent, Prada, Rabanne, Sonia Rykiel, Schiapparelli, Ungaro, Walter Van Beirendonck, Dries Van Noten, Versace, Vivienne Westwood, Yamamoto e muitos outros.

⁴ Beward (2003) explica que no Reino Unido a maioria das lojas de departamento que ainda são populares hoje foram fundadas entre 1778 (FLINT Et CLARK, mais tarde CLARK Et DEBENHAM) e 1909 (SELFRIDGES).

REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Walter. *The arcades project*. New Ed. Harvard University Press, Cambridge, 2002.

BENJAMIN, Walter. *Kleine Geschichte der Photographie*. In: Jennings, M.W., Eiland, H., Smith, G. (Eds.), *Die Literarische Welt*. 1931; *Little History of Photography. Selected Writings Volume 2 1927–1934*. The Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge, Mass, 2002.

BOWLBY, Rachel. *Carried away: the invention of modern shopping*. Columbia University Press, New York, 2000.

BREWARD, Christopher. *Fashion*. Oxford University Press, Oxford ; New York, 2003

CÂMARA Municipal de Lisboa. *Programa Preliminar e o Projeto de Execução da Requalificação Integral do Edifício do MUDE*. Câmara Municipal de Lisboa, 2014.

CÂMARA Municipal de Lisboa. *Plano Diretor Municipal*. Câmara Municipal de Lisboa, Lisbon, 2012.

CÂMARA Municipal de Lisboa. *Plano de Pormenor de Salvaguarda da Baixa Pombalina, Diário da República 2a série*. Câmara Municipal de Lisboa, Lisbon, 2011.

CALEFATO, Patrizia. *The Clothed Body*. Berg, Oxford, 2004.

CAPELO, Francisco. *A new home for MUDE, Design and Fashion Museum*. In: *MUDE. Museu Do Design E Da Moda*, N. 00. Câmara Municipal Lisboa, Lisbon, 2009.

COHN, David. *Record interiors: museum of design Et fashion*. *Architectural Record* 197 September, 65–98, 2009.

COUTINHO, Bárbara. *Interview with Bárbara Coutinho*, 2015.

_____. *MUDE, Design and Fashion Museum*. Câmara Municipal Lisboa, Lisbon. 2012^a

_____. *Nacional e Ultramarino: O BNU e a arquitectura do poder*. Câmara Municipal Lisboa, Lisbon. 2012b.

COUTINHO, Bárbara, TOSTÕES, Ana. *A exposição como obra de arte total: O MUDE como caso de estudo*. *MIDAS. Museus e estudos interdisciplinares*, Lisbon. 2014

CROSSICK, Geoffrey; JAUMAIN, Serge. *Cathedrals of Consumption: The european department store, 1850–1939*. Ashgate, Aldershot. 1999.

FRIEDBERG, Anne. *Window shopping: cinema and the postmodern*, Reprint edition. ed. University of California Press, 1994.

FOUCAULT, Michel. *The order of things: an archaeology of the human sciences*. Routledge, London, 1974.

GREENBERG, Reesa, FERGUSON, Bruce.W, NAIRNE, Sandy. (Eds.) *Thinking about exhibitions*. Routledge, London, 1996.

JAMESON, Fredric. *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism, post-contemporary Interventions*. Duke University Press, Durham, 1991.

JENCKS, Charles. *What is post-modernism?* Academy Editions, London, 1996.

LYOTARD, Jean-François. *The postmodern condition: a report on knowledge, theory and history of Literature*. Manchester University Press, Manchester, 1984

WILLIAMS, Rosalind H. *Dream worlds: mass consumption in late nineteenth-century France*. University of California Press, 1991.