

CARTAZ E NOVAS MUSEOGRAFIAS

Sílvia Maria Rala dos Santos

RESUMO: O cartaz como objecto de valor cultural e museal perspectiva-se em duas narrativas históricas: contexto comunicacional e contexto técnico-artístico. Realizar a apreciação crítica do ciclo de vida do cartaz é enquadrá-lo no contexto social e histórico do novo ciclo de vida do objecto gráfico como objecto de Design de valor patrimonial. Neste quadro, o objecto adquire o estatuto de objecto de museu com função de documento e obra de arte, integrado nos princípios e processos de musealização da Nova Museologia e das Novas Museografias.

Palavras Chave: Cartaz, Ciclo de Vida, Novas Museografias, Nova Museologia, Design Gráfico

ABSTRACT: As an object with cultural and museological value, the poster can be approached by means of two historical narratives: communication context and technical and artistic context. Conducting a critic review on the poster's life cycle is to introduce it in the social and historical context of the new cycle of life of the graphic object as an object of design with patrimonial value. Considering this, the object acquires the status of a museum item with the functions of a document and an artwork, in accordance with the principles and museology processes of the New Museology and New Museographies.

Keywords: Poster, Life Cycle, New Museographies, New Museology, Graphic Design.

“Posters are still extremely important in our culture. Contrary to all predictions, the form has not lost meaning or disappeared in competition with electronic media. It has kept its place and even become more important on a global scale” (RIVERS, 2007, p. 114)

Ciclo de Vida do Cartaz

O ciclo de vida do cartaz inicia-se na conceptualização e formalização do projecto gráfico com o propósito de divulgar uma mensagem em espaço público. Neste quadro de referências, o cartaz insere-se na criação de design contemporâneo. No tempo de divulgação, o objecto gráfico releva-se duplamente efêmero, pelo que evoca e pelo breve período de exposição no espaço de divulgação (THIVOLET, 1989, p.353), onde o domínio da imagem do cartaz se funde e se arrasta em murais em massa (BARGIEL_HARRY RÉJANE, 1985, p.7) desde os seus primórdios.

A mensagem do cartaz, à medida que é percebida, perde valor semântico e surge a desvalorização do impacto visual das formas e das cores. Segundo MOLES A. (1970), “A mensagem estética empobrece a cada instante, em benefício da mensagem semântica (...)” (MOLES, 2004 [1969], p. 49). O cartaz tem um período de vida curto de informação e promoção, de semanas a alguns meses, em espaço público. Após cumprirem o papel de informar, podemos olhar para os artefactos gráficos de comunicação e contemplá-los como objectos de referência dos acontecimentos passados, vivendo na contemporaneidade como peças documentais que reflectem a história do Design Gráfico.

“(...) integram o património cultural todos os bens que, sendo testemunhos com valor de civilização ou de cultura portadores de interesse cultural relevante, devam ser objecto de especial protecção e valorização. (...) O interesse cultural relevante, designadamente histórico, paleontológico, arqueológico, arquitectónico, linguístico, documental, artístico, etnográfico, científico, social, industrial ou técnico, dos bens que integram o património cultural reflectirá valores de memória, antiguidade, autenticidade, originalidade, raridade, singularidade ou exemplaridade.” (Bases da política e regime de protecção e valorização do património cultural. Decreto Lei 08-09-2001, artigo 2º).

O princípio da disciplina do Design Gráfico é um projecto visual e funcional de um produto que transforma a informação em comunicação através de um conjunto de símbolos legíveis. A função da museologia também é um processo de comunicação na orientação das actividades do museu, sendo que os museus não são só fontes de informação e educação, mas espaços de comunicação (RALA[C], 2010). Neste quadro de referências, o ciclo de vida do cartaz tem 3 fases: o tempo de concepção, o tempo de divulgação e o tempo como objecto museal de Design (Novo Ciclo de Vida do Objecto Gráfico).

Cartaz: documento e obra de arte

“El arte es creación del hombre, pero las palabras y las pinturas forman parte también de su lenguaje. Si arte no es principalmente comunicación, sino creación, entonces los carteles, con su función prescrita de publicidad y propaganda, serían una forma secundaria del arte.” (BARNICOAT, 2003, p.7).

O processo criativo do Cartaz constitui-se entre a objectividade e subjectividade das escolhas múltiplas do autor que condicionam a solução gráfica, da mesma forma que o acto de fazer obras de arte se enquadra neste quadro intermédio entre o propósito de comunicação e a emoção ou ideia que surgiu na criação do autor da obra. Do ponto de vista do Novo Ciclo de Vida do Objecto Gráfico, o cartaz desempenha o papel de documento e obra de arte.

“(...) [A] obra de arte supõe em primeiro lugar uma emoção ou ideia de beleza no espírito do artista; em segundo lugar, a concretização dessa ideia – emoção em forma sensível material, graças ao trabalho do artista; em terceiro lugar, a existência duma ou mais pessoas – os contempladores da obra de arte (...)” (Grande enciclopédia portuguesa e brasileira, 1981 [1940]. vol. 3, p. 406 e 407).

Cartaz é a arte geralmente composta pela arte das imagens e a arte tipográfica, habitualmente impressa em papel e produzida em grande escala para a exposição em locais público. O acesso a um número alargado de público atraiu muitos artistas para a arte do cartaz e permitiu que se tornasse numa das mais importantes formas de arte comercial (BARNICOAT, 1996, p.345).

Para MOLES A. (2004 [1969], p.234), a utilização dos cartazes enquanto obras de arte ou elementos decorativos em espaço privado remonta à segunda metade do século XX. Segundo o autor, este facto ilustra claramente o novo papel estético do cartaz, que não tem mais a função de propaganda, nem de publicidade, antes representando um objecto de arte “multiplicado”.

Como obra de arte, e segundo Marc Thivolet, o cartaz é objecto de museu de alta dignidade, porque foi criado de acordo com os critérios do autor e, após o tempo de existência como meio de informação, é um elemento de apreciação estética, um exemplo de arte (THIVOLET, 1989 [1968], p.354). Uma vez considerado como obra de arte e objecto (peça) de museu, o cartaz desempenha o papel de documento.

“Documento: Por documento se designam, geralmente, todos os manuscritos e espécies de vária natureza que se guardam nos arquivos.” (Grande enciclopédia portuguesa e brasileira, 1981 [1940]. vol. 9, p. 209).

“Documento de arquivo é aquele que, produzido ou recebido por uma instituição pública ou privada no exercício de suas atividades, constitua elemento de prova ou de informação.” (PAES, 1997 [1986], p.26).

O cartaz, como documento de arquivo, é objecto da arquivologia e objecto de inventário museológico. O artefacto gráfico, como documento, é uma fonte de informação nos mais diversos domínios. Os diversos elementos e conteúdos respeitantes ao cartaz permitem provar, atestar e analisar o bem cultural, segundo os processos, os materiais, as técnicas e os recursos utilizados na criação do objecto gráfico. Toda a informação registada é passível de ser utilizada para consulta, estudo, prova e pesquisa, possibilitando o acesso à informação. Ao considerando-se o cartaz como objecto de museu, documento alvo de admiração simbólica e estética, reconhecido pela ciência e pela comunidade por possuir valor e significado cultural, objecto portador e mediador de informação na construção de conhecimento para a democratização do património cultural (Cadernos de Museologia nº3, 1994, p. 7 a 14), predomina a sua qualidade documental e apreciação estética. É um bem que documenta e testemunha a produção de Design Gráfico com valor estético e cultural (FARIA, 1995, p.3) de interesse patrimonial.

Princípios e Processos de Musealização do cartaz

«Comunicação e informação são as palavras mágicas da sociedade “ocidental” dos finais do séc. XX e a sua importância tende a manter-se e mesmo intensificar-se. Num mundo dominado pela informação, quem não comunica não existe!» (GARCIA, 2003, p.69).

Uma das tendências actuais do Design é a valorização e difusão do património. Este facto supõe definir uma série de medidas no âmbito da preservação, conservação, investigação e apresentação dos testemunhos histórico-artísticos. Um dos princípios de preservação do cartaz é a sua conservação e documentação em arquivos de bibliotecas, museus e centros de documentação. Sabemos que a área disciplinar da conservação traça políticas e soluções que permitem a conservação dos documentos, porém, a estabilidade física e química dos documentos nem sempre é possível assegurar totalmente, pelo processo de deterioração natural dos materiais ou por factores como a poluição ambiental, fontes de luz, causas climáticas (temperatura e humidade), ou até mesmo o manuseamento. Pelo que é importante o registo documental de todos os elementos inerentes ao objecto cartaz, inclusive a imagem digital em suportes de registo informático e sua disponibilização no âmbito das práticas das Novas Museografias e conceito da Nova Museologia.

Os debates da Nova museologia abriram novos caminhos de actuação nos museus, onde a exposição ganha nova forma de relação entre os públicos e a obra de arte. Nesta concepção, o museu deixa de ser um depósito de bens e abraça novos desafios no modo

de concepção expositiva. A emergência desta nova percepção e a adequação dos museus às demandas da contemporaneidade leva a renovadas formas de disseminação e apresentação dos bens patrimoniais. É neste contexto que o uso das novas tecnologias se revela como um meio importante na divulgação das instituições museais e oferece à Museografia uma possibilidade de divulgação mais activa do património. Deste modo, cada vez mais, os museus contemporâneos são instrumentos de comunicação e recorrem ao Design e às novas tecnologias de comunicação e informação para realizarem as suas funções como emissores de cultura e de educação no âmbito da cibercultura e aplicação das Novas Museografias (Museu Virtual, Museu Digital, Museu sem Fronteiras).

As novas museografias têm dado origem a enormes e diferentes possibilidades na difusão do património, ao permitir a incorporação de textos, imagens e sons, oferecendo uma leitura multidireccional das informações. Os meios de comunicação e as novas tecnologias possibilitam a ampliação da memória histórica, contribuindo para uma melhor compreensão do património cultural e uma atitude mais predisposta no empenho da conservação (HERNÁNDEZ, 2002, p.434).

“[L]as nuevas comunicaciones tecnológicas, a través principalmente de Internet, facilitan el acceso del público a las colecciones de los museos, quienes cuentan con un proyecto de catalogación de las obras que, al estar creadas de forma virtual y carecer de existencia física, pueden ser consultadas y admiradas dentro de lo que podríamos denominar un museo virtual.” (HERNANDEZ, 2006, p.234). A investigação do cartaz como objecto museal é um processo de estudo e de análise que proporciona o conhecimento do património do Design Gráfico. O estudo do património inicia-se com o conhecimento do valor dos bens culturais, como as suas características físicas, técnicas e formais, valores históricos, artísticos e culturais (HERNANDEZ, 2002, p.387). Todas estas informações vão gerar um conteúdo rigoroso e científico, necessário para a interpretação dos bens de Design.

O cartaz em contexto museológico, habitualmente, é um bem patrimonial integrado nos núcleos museais no âmbito das Artes Decorativas, Artes Plásticas e Artes Publicitárias e poucas vezes estudado em contexto museal como objecto de Design e apresentado em contexto museográfico, segundo os critérios disciplinares do Design Gráfico.

“También señala que es preciso difundir toda la información existente sobre las políticas de patrimonio de forma permanente a través de una red europea de información sobre o patrimonio que pueda estar disponible, tanto para profesionales, investigadores y pedagogos, como para las diferentes administraciones. (...). Pero, si existe una pedagogía del patrimonio, también puede darse una sensibilización que haga posible la recuperación del mismo y la toma de conciencia de que es preciso valorado e conservarlo.” (HERNÁNDEZ, 2002, p. 436). Neste sentido, consideramos que um dos futuros dos artificios de Design poderá continuar intimamente ligado ao desenvolvimento, conservação, investigação e comunicação das colecções de Museus, Arquivos e Bibliotecas, Coleccionadores, que disponibilizam a imagem e os restantes componente de criação e produção do bem patrimonial - Cartaz - em formato digital, para o mundo virtual da educação, lazer e comunicação. O reconhecimento e a interpretação do Cartaz como meio de função educativa passam pela observação e contemplação, sendo função do museu produzir esta associação. Neste sentido, a hipermédia emerge como ferramenta didáctica de grande utilidade na função museal. Este meio não deve reduzir-se a um meio difusor de informação, mas utilizá-lo como um recurso que faz parte do programa educativo dos museus (MASACHS, 2007, p.150).

“Es un hecho que la tecnología digital crea nuevos espacios y nuevas necesidades. Por ello, resulta ineludible el estudio de sus aplicaciones específicas, lo que, en términos de este análisis, significa que en el nuevo entorno tecnológico se vislumbran los nuevos retos museográficos y, consecuentemente, nuevas líneas de investigación en el campo de la educación artística.” (MASACHS, 2007, p.143).

Os novos sentidos e competências da Nova Museologia e Novas Museografias, com o contributo de profissionais do Design, permitem aferir o novo ciclo de vida do cartaz, através de uma abordagem interdisciplinar que cruza o Design e a Museologia, com a finalidade de estudar o valor estético, técnico, cultural, histórico e educativo do objecto de comunicação. Neste sentido, as competências de comunicação e informação dos cartazes são de âmbito pedagógico em contexto museal. Trata-se de um processo que trará inquestionáveis benefícios ao nível da gestão patrimonial do Design.

Referências Bibliográficas

BARGIEL-HARRY Réjane, ZAGRODZKI Christophe - Le Livre de L’Affiché. Paris: Le Musée de la Publicité, 1985. ISBN 2-86738-616-0.

BARNICOAT, John- The dictionary of art: Poster. New York: Grove, 1996. ISBN/ISSN 1-884446-00-0. Vol. 25. p. 345 a 355.

BARNICOAT, John- Los cartales, su historia y su lenguaje. Tradução de Justo G. Beramendi. 1ª ed. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2003. ISBN 84-252-0779-7.

Bases da política e do regime de protecção e valorização do património cultural. Decreto Lei n.º 107/2001. "D. R. I Série A" 209. (08-09-2001) p. 5808 a 5829.

Cadernos de Museologia nº3: Centro de Estudos de Socio-Museologia. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 1994. [Consult. 20 Outubro 2009]. Disponível em WWW: <<http://cadernosociomuseologia.ulusofona.pt/>>.

FARIA, José Carlos- O testemunho do Cartaz: Meio século de teatro, 20 anos de liberdade. Évora, 1995.

GARCIA, Nuno Guina- O museu entre a cultura e o mercado: um equilíbrio instável. Instituto Politécnico de Coimbra. Coimbra: Inovar para Crescer, 2003. ISBN 972-98593-2-9.

Grande enciclopédia portuguesa e brasileira: Arte. Lisboa | Rio Janeiro, 1981 [1940]. Vol. 3. p. 406 e 407.

Grande enciclopédia portuguesa e brasileira: Documento. Lisboa | Rio Janeiro, 1981 [1940]. Vol. 9. p. 209.

HERNÁNDEZ, Francisca- El Patrimonio Cultural: la memoria recuperada. Astúrias: Ediciones Treca, 2002. ISBN 84-9704-036-8. p. 387 a 393; 433 a 439.

HERNÁNDEZ, Francisca- Planteamientos teóricos de la museología. Astúrias: Ediciones Treca, 2006. ISBN 84-9704-225-5. p. 176 a 177; 233 a 235; 251 a 263.

MASACHS, Roser C. [et al.]- Museos de Arte y Educación: construir patrimonios desde la diversidad. Asturias: Ediciones Trea, 2007. ISBN 978-84-9704-288-8.

MOLES, Abraham- O cartaz. 2ª ed. São Paulo: Tradução de: Miriam Garcia Mendes. Perspectiva, 2004 [1969]. ISBN 85-273-0335-3.

PAES, Marilena Leite- Arquivo Teoria e Prática. 3º Edição Revista e Ampliada. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 1997 [1986]. Disponível em WWW: <http://books.google.com.br/books?id=dtVdfKve3WgC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. ISBN/ISSN 85-225-0220-x.

RALA[c], Sílvia- Perspectivas didáticas e comunicativas da Museologia e da Museografia no Design: 2º Seminário Internacional Museografia e Arquitetura de Museus: Identidades e Comunicação. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010. ISBN/ISSN 85-88341-31-9.

RIVERS, Charlotte- Poster-art: Innovation in Poster Design. RotoVision, 2007. ISBN 978-2-940361-55-7.

THIVOLET, Marc- Encyclopaedia Universalis: Affiche. Paris, 1989 [1968]. ISBN/ISSN 2-85229-287-4. Vol. 1. p.353 a 360.