

MACHADO JUNIOR, Juscelino Humberto Cunha. **A experiência do sensível: entre o corpo e a cidade.** Uberlândia: Universidade Federal de Uberlândia e Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Universidade Federal de Uberlândia; Professor Assistente. UNIRIO-UFU; Doutorado Interinstitucional; Doutorando; Orientadora: Lidia Kosovski. Programa de Apoio à Qualificação (QUALI-UFU/2014). Arquiteto e Designer.

RESUMO

Essa ambiência, a que chamo cenário, articula os elementos construtivos ou estruturadores da cena à tecnologia, promovendo uma experiência sensorial e alterando a percepção imediata do espectador, assim como a linguagem cênica. Desse modo, artes visuais, design, arquitetura e teatro se relacionam ao sugerir uma representação visual, uma “encenação”.

Ratto (1999) também como Motta (2011), já relacionava cenografia às outras artes, técnicas e tecnologias, despontando-se como arte integrada, mas possuindo sempre uma identidade própria. Pavis (2003) define o espaço cênico como lugar no qual evoluem os atores e o pessoal técnico: a área de representação propriamente dita e seus prolongamentos para a coxia, a plateia e todo o prédio teatral.

A *pop up*, como promotora de uma experiência fenomenológica que cria uma psicologia do ambiente, estruturada por elementos de composição espacial como a forma, a cor, a luz e o tempo, promoveria também uma experiência estética.

REFERÊNCIAS

BOGÉA, Marta. **Cidade errante, arquitetura em movimento.** 1ª ed. São Paulo: Editora SENAC SP, 2009.

CARDOSO, Ricardo J. Brugger. **A cidade como palco: o centro do Rio de Janeiro como lócus da experiência teatral contemporânea – 1980/1992.** Rio de Janeiro: SMC/CDIC/GI, 2008.

CARREIRA, André. Teatro de Invasão: redefinindo a ordem da cidade. In: LIMA, Evelyn F. W. (org.). **Espaço e Teatro: do edifício teatral à cidade como palco.** Rio de Janeiro: 7 letras, 2008.

CARTAXO, Z. **Arte no espaço público: a cidade como realidade.** O Percevejo On Line, v.2, 2009.

FÉRAL, Josette. Um corpo no espaço: percepção e projeção. In: PEREIRA, A; ISAACSSON, M; TORRES; W. L.. **Cena, corpo e dramaturgia: Entre Tradição e contemporaneidade.** 2012, Rio de Janeiro: Pão e Rosas. 2012.

FERRARA, L. D'A. (org.) **Espaços Comunicantes.** São Paulo: Annablume; Grupo ESPACC, 2007.

GARROCHO, L. C. **Entre improvisação e indeterminação: as zonas experimentais.** In: Letras: Periódico Cultural- n. 27- Ano III, dezembro 2208- Café com Letras, Belo Horizonte.

LOUPPE, Laurence. **Poética da dança contemporânea.** Lisboa: Orfeu Negro, 2012.

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica Aplicada.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

SITES

<http://www.archdaily.com/>

<http://retaildesignblog.net/>

[1] Branding é o conjunto de ações ligadas à administração das marcas. São ações que, tomadas com conhecimento e competência, levam as marcas além da sua natureza econômica, passando a fazer parte da cultura, e a influenciar a vida das pessoas. Ações com a capacidade de simplificar e enriquecer nossas vidas num mundo cada vez mais confuso e complexo. (MARTINS, J. R; 2006, p. 8)

[2] O *Retail Design* é uma área criativa do design que combina diversas áreas de atuação na construção do ambiente, é uma prática do design ambiental, cujos objetivos concentram-se na promoção de uma nova experiência de compra, apoiando-se no marketing e no design total (gráfico, produto, interiores...).

[3] O espaço visual como lugar rizomático, conforme Josette Féral (2012), se refere ao lugar onde o espectador se deixa impregnar pelos objetos submetidos ao seu olhar, onde rede de sensações se identificam e o espaço não é mais dotado de sentido único.

[4] Nicola Formichetti é, diretor de moda de Lady Gaga, diretor de criação da Mugler, bem como estilista da Uniqlo, MAC e V Magazine.

[5] Concept se refere à diretriz de projeto, ou conceito adotado na concepção do espaço.

Este artigo busca compreender a situação do corpo na sociedade contemporânea e sua relação com a arte em espaços urbanos. Considera-se essa uma relação intrínseca, pois corpo e ambiente estabelecem diálogos de interação próprios. Procura-se refletir acerca das relações entre o ambiente (cidade) e o corpo contextualizado em seu cotidiano, nas ações em estado natural, ou seja, trata-se de um corpo inserido em uma rotina e em uma sociedade específicas. Na contemporaneidade, novas espacialidades promovem outras estratégias de percepção, implicando um esquema corporal no espectador, remetendo-o à sua própria individualidade, confabulando para uma nova forma de experiência e para novas maneiras de criação. Esses ambientes, que são materializados pela evolução do espaço cênico, substituíram a contemplação do objeto na conquista do espaço público, confundindo autor com espectador, deslocaram os paradigmas de construção cenográfica. Assim, este trabalho busca pensar sobre a inscrição do corpo do espectador em um espaço de transcendência, de trocas de memórias e sentidos.

PALAVRAS-CHAVE: Arte ambiental: Cenografia: Experiência sensível.

ABSTRACT

This article seeks to understand the situation of the body in contemporary society and its relationship with art in urban spaces. It is considered as an intrinsic relationship, because body and environment establish proper interaction dialogues. The paper presents a reflection on the relations established between the environment (city) and the body contextualized in their daily lives, in the actions in their natural state. I.e., it's a body inserted into specific routine and society. In contemporary times, new spatiality promote other strategies of perception, raising a body schema in the viewer, sending him to his own individuality, conniving to a new way of experience and to new ways of creation. These environments, which replaced the contemplation of the object in the conquest of public space, confusing the author with the viewer, materialized by the evolution of the scenic area, shifted the paradigms of scenographic construction. So, this work tries to think about the inscription of the viewer's body in a space of transcendence, exchange of memories and senses.

KEYWORDS: Environmental Art: Scenography: Sensitive experience.

Já sabemos que a cidade como “suporte” serviu para as diversas manifestações artísticas, implicando, como observou André Carreira (2008), uma criação de estados de ruptura do cotidiano. A cidade pensada como um *continuum* de rupturas, criando assim um paradoxo, como alega Carreira, faz com que reconheçamos a existência de quebras no cotidiano. Essas quebras, característica própria da urbe, podem ser identificadas ao percebermos que as cidades se constituem a partir de zonas que se caracterizam cultural e socialmente, articulando núcleos de diferentes formas entre si. (CARREIRA, 2008, p.69) Nessa perspectiva, a intervenção artística inserida na lógica da cidade subverte procedimentos do cotidiano, ou seja, as linguagens artísticas criam espaços de estranhamento, propiciando uma experiência estética.

Ao conquistar o espaço real, ou seja, o espaço ordinário, a arte diluída no cotidiano também escapa às limitações de linguagens. Nas artes visuais, na música, na dança, no teatro e na arquitetura, pelo ambiente circundante decididamente voltado para o espaço, em que objetos, entorno e espectador interagem numa totalidade, cenários são constituídos, direcionando-se ou encaminhando-se para certas experimentações/experiências, aproximando arte e realidade.

Os artistas buscaram novos lugares, fora dos espaços institucionais, para suas manifestações artísticas, promovendo, conseqüentemente, novas manifestações.

Essa aproximação da arte à vida real, principalmente pela adoção de suportes não tradicionais, como a própria cidade, por exemplo, foi capaz de abarcar diversas linguagens, como as artes visuais, o design, a música, a dança, o teatro, entre outras, numa escala humana. As linguagens contemporâneas assim, podem ser compreendidas por meio do ambiente circundante, evidenciando que corpo e ambiente estabelecem influências um sobre o outro. Como agentes, homem e ambiente

se inter-relacionam (ambiente que produz o homem e homem que produz o ambiente), ou seja, o espaço, assim, deixa de ser representação, e assume-se como um processo de construção, isto é, um lugar fenomênico a ser preenchido pelas ações, revelando a emergência do espaço como uma experiência sensível (FERRARA, 2007, p.12).

Atualmente as chamadas *pop-ups stores*, construções efêmeras, geralmente associadas a uma marca e um *branding*[1], são destinadas a animar espaços públicos e privados e, muitas vezes, contribuem para uma cidade mais aberta, mais social, mais prazerosa e mais surpreendente. Recém-chegadas ao Brasil, utilizam-se, por meio do *Retail Design*[2], da arte e das linguagens para divulgação de uma marca e como estratégia de venda, de modo a captar o maior número de pessoas no seu público alvo, oferecendo momentos e oportunidades que vão além do produto em si.

Os espaços da cidade, infiltrados pelas diversas manifestações artísticas, deixam vislumbrar mais do que uma cidade melhor. De acordo com Rowan Moore (2013), atualmente, a “onda” de instalações temporárias (pop-ups) emprestam sua “aura” criativa para explorar territórios onde elas não seriam permitidas. Os desenvolvedores usam estruturas e eventos temporários como ferramenta de marketing e como “camuflagem” para projetos permanentes e menos encantadores.

Nesses ambientes, é possível se fazer várias intervenções antagônicas ao padrão geralmente estabelecido nos espaços tradicionais, ou seja, eles abrem possibilidades de subversão no *concept* adotado nas lojas consagradas da marca, sendo justificadas pelo curto período de existência. Assim, uma *pop up store* é capaz de apresentar novas e diferentes linguagens projetuais sem, contudo, descaracterizar a marca. Os meios utilizados para captação do público alvo é o design atrelado ao marketing, a inovação de ideias dentro da própria marca, bem como a aproximação com a arte e as linguagens, como dito anteriormente, e a própria espacialidade. O interessante é que as ações de marketing, que em muitos casos envolvem intervenções artísticas, shows de música, performances, dentre outras, não se repetam, evitando a obviedade e a previsibilidade.

Ao produzir ambientes imersivos, espaços experimentais resultantes de novos agenciamentos em criação e recepção, as pop-ups assemelham-se às zonas experimentais (ZnExs) discutidas por Luiz Carlos Garrocho (2008). De acordo com o autor, as ZnExs são regiões intensivas de atravessamento e troca, de mobilidade fronteira e deriva, conexões heterogêneas e produção de estados mentais alterados. É importante destacar que as ZnExs não se definem como modelo, gênero, formato ou tipologia artística. Associadas às artes da performance e articulando entre improvisação e indeterminação, as ZnExs deflagram experiências estéticas, tanto no plano do observador-criador quanto no plano do criador-encenador (GARROCHO, 2008).

O plano do observador-criador, ainda conforme o autor, é aquele no qual se dá a ocorrência mínima de uma ZnExs: nossos corpos, percepções e afetos, incidem diretamente sobre o processo de individuação do humano, ou seja, pela experiência em espaços poéticos, o espectador/público é instigado a evocar sensações e memórias, deslocando-o de seu estado natural e experienciando uma relação espacial não objetiva. O Espaço, como importante agente de trocas, é estímulo para a construção de um olhar que explora, percebe e vivencia. Desse modo, o deslocamento/movimento do espectador/público pode ser comparado ao corpo de um bailarino, promovendo um novo tipo de

experiência.

Quem está familiarizado com a dança tem sempre um pequeno aperto no coração quando presente que o bailarino activa a sua relação com o espaço. Diz-se, que ele <<toma>> o espaço, mas na maioria dos casos, é o espaço que o toma e que nos leva com ele. <<O bailarino>>, diz Nikolais, <<encontra-se enfeitado (bewitched) pelo espaço>>. (LOUPPE, 2012, p. 189)

Esse espaço, como provedor de afetos, capaz de alterar nossos estados de consciência, segundo a autora, move-se tanto através de nós como também em nós, seguindo direções internas, móveis e imóveis, com o auxílio de viagens interiores, talvez, no próprio dizer da autora, as mais importantes experiências humanas de espaço. Ao tomar o espaço pelo deslocamento, essa experimentação sinestésica e semiótica combinada equipara o corpo do bailarino ao corpo do espectador/público. Josette Féral (2012) também se atenta para essas “novas” formas espaciais que instauram um modo diferente de diálogo que passa pelo corpo antes de se atingir ao espírito. A priori, o corpo percebe e responde diretamente sem intervenção racional, estabelecendo um diálogo direto com os sentidos, diálogo este que, por meio da arte, tem se estabelecido desde os anos de 1960. A autora destaca a polissensorialidade como lugar de estímulos diversos que o corpo recebe, e a importância do espaço visual como lugar rizomático^[3], onde o espectador/público se deixa impregnar pelos objetos submetidos ao seu olhar.

Para o espectador, o importante, neste caso, não é reconhecer lugares reais ou fictícios, mas viajar em formas, em estruturas da matéria: cores, superfície, tessitura, suavidade, toque. O espectador se compraz em identificar uma horizontalidade, uma verticalidade, formas abertas, fechadas, massas cromáticas. Essa polissensorialidade é primordial e acompanha de maneira indissociável a codificação das significações que lhe são geral e espontaneamente atribuídas. (FÉRAL, DATA, p. 135)

Assim, pelo deslocamento espacial, ou seja, pelo percurso, o espectador é convidado a experimentar, levado pelas sensações a uma nova forma de percepção, que a posteriori escaparia aos sentidos, extrapolando a experiência estética e oferecendo também uma experiência cognitiva.

O diferencial nesses espaços comerciais é justamente o caráter instalacional que o ambiente adquire, oferecendo ao público/espectador também uma experiência sensorial e cognitiva com um percurso aleatório e entregue à sua própria iniciativa.

Esse modo de percepção, em que o menor detalhe torna-se importante, em que o espaço não é mais portador de sentido único de um texto, nem mimese do real, é da ordem de uma estrutura “difusa” em que o espectador viaja de uma sensação a outra, modificando sua percepção de um espaço em mudança constante ou permanente (...). (FÉRAL, 2012, p. 146)

Marta Boga (2009) argumenta que a experiência da mobilidade não implica apenas corpos no espaço, mas também espaços em movimento. Não mais um movimento entre lugares, que move uma arquitetura entre sítios, mas, agora, uma mobilidade em termos mais extensos, compreendida

como habilidade de apresentar variáveis, implicando um movimento que ocorre também no tempo. Busca-se não mais uma materialidade fixa para acomodar movimento, mas compreender como uma materialidade estável permite a mobilidade inquietante da contemporaneidade (BOGEA, 2009). Trata-se de compreender como se aponta a questão do tempo em que as formas se mantêm estáveis, uma vez que toda a cidade movimenta-se no tempo, sempre se reorganizando materialmente.

Ilustrando essa cinética da vida contemporânea, atrelada à construção de um espaço poético, bem como a uma proposta interdisciplinar, a Nicola Formichetti^[4] *Pop Up Store*, inaugurada em Setembro de 2011 em Nova Iorque, foi uma loja pop-up concebida com a colaboração de Gage I Clemenceau Architects. O concept^[5] da loja é a fusão entre arquitetura e moda, na tentativa de produzir um novo gênero de espaço experimental, não apenas de modo a divulgar a marca, como também de modo a ampliar o impacto de sua moda frente a um novo modo formato espacial, ou seja, um ambiente imersivo que conceitualmente une arquitetura e moda. “O espaço vai assumir uma abordagem escultural e artística, assim como as roupas”. A instalação é composta por centenas de facetas espelhadas recortadas. Essas facetas reflexivas individuais estão presentes em todo o espaço, tanto nas paredes como no piso e teto, produzindo um efeito indefinidamente reflexivo, de modo que as roupas podem ser vistas por uma variedade de perspectivas inesperadas.

Figura 1- *Pop up* Nicola Formichetti em Nova Iorque, 2011. Fonte da imagem: <http://www.julianajabour.com.br/>.

Esses ambientes, que substituíram a contemplação do objeto na conquista do espaço público, confundindo autor/espectador, materializados pela evolução do espaço “cênico” ou da obra de arte, deslocaram os paradigmas de construção cenográfica.