

AS FEIRAS DO SÉCULO XIX E A DIGRESSÃO DA CULTURA DE PROJETOS

Wagner Braga Batista, , Universidade Federal de Campina Grande; Teresa Cristina Péret, Universidade Estadual da Paraíba

1- Introdução

O Desenho Industrial é produto da moderna cultura de projetos.¹ É uma atividade resultante da divisão social do trabalho fruto do desenvolvimento do capitalismo. Suas tendências serão interpretadas à luz dos movimentos descontínuos da industrialização capitalista. Estarão sujeitas a digressões e avanços provocados pela dinâmica da cultura e da acumulação de capital. Seus projetos absorvem a cultura material, bem como preceitos técnico-científicos e filosóficos do liberalismo (Locke), do industrialismo (Saint-Simon), do racionalismo (Descartes, Spinoza, Leibnez e Diderot), do utilitarismo (Stuart Mill) e do pragmatismo econômico. Esses valores refletem-se na moderna cultura de projeto que dá forma aos produtos do Desenho Industrial contemporâneo. Esse processo de longa duração tem momentos significativos. O artigo discorre sobre o advento das feiras internacionais no século XIX. Destaca a cultura que emerge desses eventos e sua influência sobre projetos de produtos. O Desenho Industrial, legatário dessa cultura, sofrerá influências ao minimizar ou exacerbar a forma de produtos para exibição (*showpieces*) O artigo observa que a conjunção de fatores (racionalidade da produção, funcionalidade do projeto e utilidade dos produtos) referida à cultura de projetos será afetada por estratégias, que acentuam a visibilidade e a promoção de mercadorias, disseminadas pelas grandes feiras internacionais do século XIX. Seus desdobramentos podem ser observados na superexposição de produtos nos atuais *shoppings centers*. A cultura de projetos reproduzirá discontinuidades históricas. Movimentos regressivos provocarão digressões do Desenho Industrial (vulgarização de produtos e discrepâncias formais). Vocacionado à racionalizar e a socializar a produção social, o Desenho Industrial irá se inserir em estratégias da economia de mercado que valorizam a exuberância da forma em detrimento da funcionalidade dos produtos.

2- O advento das feiras

Porque não é senão como categoria universal do ser social total que a mercadoria pode ser compreendida na sua essência autêntica. Não é senão neste contexto que a reificação surgida da relação mercantil adquire uma significação decisiva, tanto pela evolução objetiva da sociedade como pela atitude dos homens em relação a ela, para a submissão da sua consciência às formas nas quais esta reificação se exprime. George Lukacs²

“L’Europe s’est déplacée pour voir des marchandises”,³ Benjamin cita Hippolyte Taine⁴ para revelar a grande novidade no cenário europeu em meados do século XIX. As feiras converteram-se em prodigiosos espetáculos. Espaços profanos, tornaram-se novos locais de peregrinação. Os objetos de culto são atraentes mercadorias que enfeitiçam pessoas de todos os cantos do mundo. O êxito das feiras regionais e nacionais é capitalizado por governantes e empresários. Como grandes espetáculos, feiras internacionais serão

organizadas para exibir a produção industrial. Nelas, os produtos tornar-se-ão objetos de atração e entretenimento. As feiras internacionais convertem-se no pináculo das mercadorias. Graças ao seu fascínio, consumidores declinam do valor de uso dos objetos deixando-se seduzir pelas suas formas atraentes. Nesses eventos a exuberância das mercadorias produzidas pela indústria divide a cena com novos protagonistas sociais. Ciosa de suas realizações, a burguesia ascendente utiliza-se das feiras internacionais como patamar econômico, político e cultural. Adquire visibilidade como classe promotora do progresso social. Paradoxalmente, a primeira feira nacional anunciava outro propósito. Realizada na França republicana, em Champ-de-Mars, em 1798, pretendia alegrar as classes trabalhadoras como verdadeira festa de emancipação. Sob a inspiração de ideais saint-simonianos, as feiras pretendiam universalizar a produção industrial. Com esse escopo, feiras nacionais darão lugar a grandes eventos internacionais.

No curso do século XIX, o capitalismo integra três esferas econômicas: a produção, a circulação e a comercialização de mercadorias. A pujança da produção industrial é complementada por vigoroso sistema de transporte e pela rápida expansão de mercados. Contudo, novas mercadorias demandam visibilidade. Os meios de comunicação impressos ultrapassam os limites dos mercados locais, tornam-se os principais instrumentos de veiculação de mercadorias. O aprimoramento das técnicas de reprodução de imagens e de impressão contribui significativamente para a comercialização de mercadorias. A imagem impressa virtualiza a mercadoria. Nesse contexto, as feiras constituem-se em novos veículos da publicidade nascente. Seu escopo é mostrar as virtualidades das mercadorias.⁵

3-A espetacularização das feiras

Durante os séculos XIX e XX assistiremos à transformação das antigas feiras rurais em mega-exposições de produtos industriais. Mostruários da produção industrial, as feiras convertem-se em grandes vitrines do poderio econômico de nações industrializadas. Várias feiras nacionais e internacionais são realizadas para exacerbar virtualidades das mercadorias. A cultura das feiras anima a produção industrial. Sua apoteose ocorrerá no evento realizado em Londres, em 1851. Na oportunidade, a cultura das feiras e a exuberância das mercadorias terão um momento de apogeu.

Mercadorias são produzidas para exposição. De modo análogo ao artesanato, caracterizam-se pela exuberância e pela singularidade de suas formas. Como protótipos espelham possibilidades da produção em série. Sugerem a riqueza da diversidade de padrões em franca oposição às exigências de standardização próprias da mecanização da produção. Mistos de exuberância e disfuncionalidade, as *showpieces* convertem-se em sínteses da produção industrial. Com suas deformidades expressam potencialidades e digressões da produção industrial. A cultura das feiras provoca mudança de inflexão na produção industrial. Gradativamente, o foco da produção transfere-se da função para a forma do produto. Concentra-se na aparência exigida pela superexposição. A espetacularização dos produtos se soma à pompa das feiras. Adiciona-se à magnitude de eventos que mobilizam nações e empresas de todo mundo. No século XX, os

produtos industriais dividirão atenções. Graças à visibilidade que fornecem aos produtos, as feiras serão exploradas para todos os fins. Como plataformas publicitárias serão capitalizadas por personalidades. Servirão também como veículos promocionais de projetos econômicos, políticos ou culturais em confronto. A produção industrial desenvolve-se em consonância com iniciativas que fornecem visibilidade aos produtos. Contudo, não despreza o desenvolvimento de cultura sedimentada nas técnicas de produção. A difusão dos produtos alcançada pelas feiras beneficia a produção industrial e novos especialistas. Entre eles artesãos e novos projetistas de produtos. Em seus primórdios, o Desenho Industrial beneficia-se dessas iniciativas. A Feira de Londres, de 1851, será uma grande mostra da produção industrial e desses novos artífices.

4-A Feira de Londres

A Feira de Londres, de 1851, é um marco da era vitoriana (1837-1901) durante a qual o capitalismo inglês viveu seu apogeu. Precedida por exposições que procuraram exaltar as potencialidades da indústria, a Feira Internacional de Londres tornou-se um marco histórico. Ilustra a proficiência e a discrepância da técnica no processo de transição da cultura material. A indústria, legatária da tradição artesanal, ainda não conseguira filtrar seus excessos. A falta de sobriedade manifestava-se na profusão de estilos, na tentativa de demonstrar que a máquina poderia se equiparar à mão humana. As discrepâncias da forma avultam num espetáculo majestoso, no qual a estatuária parnasiana será exposta ao lado de objetos utilitários. O ecletismo das formas se consubstanciará em anarquia estilística, objeto da crítica de sucedâneos. Contemporânea do evento, a reação de Ruskin aos produtos exibidos na feira é expressiva. A inflamada denúncia da profusão de estilos e a vulgaridade da forma dos produtos é bastante esclarecedora. ⁶A Feira de Londres expõe contrastes da produção industrial. Antecipa o crescente processo de diferenciação de produtos que será viabilizado pelo Desenho Industrial. É o prenúncio da clivagem que distingue a produção em massa do produto sofisticado destinado ao consumo conspícuo.

A Feira de Londres é também uma emblemática ilustração do Historicismo inglês. Não se limita a ser um mostruário de produtos industriais. Expõe as deformidades de uma cultura que celebra um estilo de vida centrado na opulência. Que busca a exuberância das formas como expressão de poder. Desse modo, expõe a apropriação de padrões de cultura e de arte sem consonância com a produção industrial. O Historicismo, reflexo nos produtos industriais exibidos na Feira, é a síntese anômala por meio da qual as classes emergentes celebram a opulência da aristocracia. O amálgama dos estilos, realizado para servir à produção industrial, na prática representou a negação do sentido histórico dos estilos mesclados. Subtraiu de cada uma dessas manifestações de arte a sua contextualização histórica, permitindo que fossem utilizadas como instrumentos de projeção da burguesia sequiosa de incorporar aos seus ambientes a cultura aristocrática, na qual esses estilos tinham lugar.

A predominância de traços ornamentais nos produtos expostos não deixa margens a dúvidas quanto ao esmero da produção industrial. A indústria superava mecanicamente a produção artesanal. Fazia crer que os novos padrões estéticos não ficariam aquém da produção artesanal. Preservando a opulência das elites que usufruíam desses bens manufaturados. A reprodução de padrões artesanais é notória. Em que pese preocupações com o melhor aproveitamento de tecnologias, de máquinas, de materiais e do formato de alguns produtos, é predominante o vezo ornamental. Subsiste a tentativa de legitimação da produção mecânica decalcando procedimentos extraídos da cultura artesanal. A exuberância das formas dos produtos converte-se em signo de poder e de prestígio. A exuberância degenera-se em discrepância formal. Essa metamorfose será objeto da atenção de projetistas que reclamam a funcionalidade das artes e da produção industrial. Os Desenhistas Industriais surgem em meio a dilemas da produção industrial. Entre eles o tratamento a ser dado a discrepâncias da forma dos produtos manufaturados. Aos projetistas caberia decidir pela simplificação ou exasperação formal.

A racionalidade funcional ainda não se faz ver nas feiras do século XIX. A opulência produtos e a grandiosidade dos eventos convertem-se em espetáculos para as elites. A forma dos objetos é coadjuvante nesse espetáculo. A pujança da indústria atrai espectadores de todo mundo. Nem todos são consumidores. São curiosos, ávidos de novidades. Público que tem contato com novas tecnologias e produtos, tornando-se potencial consumidor desses bens. A cultura das feiras é a cultura da disseminação do consumo de massa.

Em paralelo às feiras internacionais, surgem edificações monumentais, novos sistemas de transporte, esteiras rolantes para pedestres, estações de metro, entre outros componentes do cenário urbano. São coadjuvantes do grande espetáculo que coloca em primeiro plano as mercadorias, os principais rebentos da produção industrial. Graças à cultura das feiras o industrialismo demonstrará sua pujança e suas deformidades. Com a derrota dos movimentos populares, em 1848, a burguesia celebra suas conquistas. Hauser observa que a Feira de Londres, realiza-se em um momento propício. A Inglaterra vivencia um período de paz e de prosperidade. Apresenta-se como *“a "oficina do mundo", os preços sobem, as condições de vida da classe trabalhadora melhoram, o socialismo torna-se inócuo, a ascendência política da burguesia é consolidada. É certo que os problemas sociais não estão resolvidos, mas perderam a contundência.”*⁷

Exposições dessa natureza repetir-se-ão na segunda metade do século XIX em várias capitais européias cultuando a prodigalidade da indústria. Desse modo o culto às potencialidades da indústria reproduzia-se na valorização de produtos industriais, veiculados em exposições apoteóticas realizadas em Paris, Dresden, Filadélfia, entre outras. As feiras são grande eventos que reúnem industriais e virtuais consumidores de mercadorias. Plum oferece-nos um quadro da magnitude das feiras realizadas no século XIX.⁸

Feiras do século XIX

	Cidades	Número de visitantes	Número de expositores	Superfície de exposição
1851	Londres	6039195	13937	8,4 hectares
1855	Paris	5162330	20839	9,9 hectares
1862	Landres	6211103	28653	9,5 hectares
1867	Paris	11000000	43217	14,9 hectares
1873	Viena	7254687	25760	16,2 hectares
1876	Filadélfia	10165000	60000	30,3 hectares
1878	Paris	16032725	-	22,5 hectares
1889	Paris	32250297	61722	21,2 hectares
1893	Chicago	27329000		81,0 hectares
1900	Paris	50800801		46,0 hectares

As feiras internacionais crescem progressivamente em número de visitantes, de expositores e de ocupação de área. A Feira de Paris, no final do século XIX, tem a afluência de mais de 50 milhões de visitantes.

5- As transformações do cenário urbano

A cultura urbana gerada pela aceleração dos processos produtivos será descrita por cronistas de época. Será resgatada por Benjamin em seus escritos sobre Paris durante o II Império. Narrando a vida mundana, observa que determinados hábitos tornam-se incompatíveis com a vida moderna. A cidade capitalista já não comporta o ócio. Descrevendo o andar do vadio, Benjamin assinala seu descompasso com os novos tempos.⁹ O capitalismo estabelecerá novas prescrições econômicas e jurídicas sobre o ócio. Novos conceitos serão introduzidos na produção sob a chancela da cientificidade. A ciência é capitalizada e instrumentalizada como força de dissuasão. Em nome da organização científica do trabalho serão removidas as mínimas interrupções dos processos produtivos. As pausas exigidas pelos trabalhadores serão suprimidas por novas metas de produtividade. O taylorismo tornar-se-á a doutrina da compulsão do trabalho em nome da produtividade. Seu objetivo é acelerar a dinâmica da acumulação de capital.

Nesse contexto, a morosidade da vida provinciana cede lugar à sofreguidão urbana. O bucólico badalar dos sinos da igreja provinciana será abafado pelas sirenes das cidades industriais. Como canto de sereia, atraem trabalhadores em busca de emprego. As promessas de uma vida melhor se dissipam uma vez transpostas as portas da fábrica. O universo fabril descerra horizonte pouco promissor. Longas e ininterruptas jornadas de trabalho provocam a fadiga de homens, mulheres e crianças. Os salários irrisórios condenam à fome, bem como à insalubridade de cômodos sem luz e sem ventilação. Os altos aluguéis criam uma nova horda de seres que se abrigam nos subterrâneos das grades cidades. O tempo extraído de cada operação relacionada à produção, à circulação e ao consumo de mercadorias, acelera a reprodução do capital. A vida urbana reproduz a acelerada reprodução do capital, cobrando rapidez a todas as relações sociais. A minimização do tempo necessário à realização de qualquer atividade é benéfica para o capital. Sob esse ângulo, pode se estabelecer contrapontos entre indústria e artesanato.

A produção em série avança. No século XIX, na década de 50, novos inventos impulsionarão a reprodução em série, entre eles a fotografia a cores e a rudimentar gravação da voz humana em disco. Em 1855, a

Exposição Internacional de Paris reserva pela primeira vez um pavilhão para expor a técnica fotográfica. Os monumentos e edifícios integram-se à paisagem urbana como totens da modernidade. As grandes cidades capitalistas elegem seus signos. Irão substituir os arquétipos religiosos da cultura medieval.

6- A economia da abundância

No final do século XIX, a economia política mudara de inflexão. Deixara de examinar a escassez para administrar a abundância. A dinâmica controversa das forças produtivas gerava desenlaces antagônicos. O aumento da produção e os sinais de opulência suscitaram a idéia de socialização da produção econômica. Permitiram que o operariado enxergasse as virtualidades do trabalho acumulado. Sonhasse em produzir para viver, ao invés de viver exclusivamente para produzir.

A sofisticação de ambientes privados contrasta com a pobreza de espaços públicos. Cabines de trens e de navios resguardam passageiros da realidade social. Sofisticados recintos reproduzem a ilusão do abrigo em meio às adversidades do mundo. As viagens continentais acentuam a sensação de que o resguardo ou a fuga da realidade hostil é possível. O cenário é ilusório. O mundo se industrializa. Cresce a produção social e a indústria se habilita a atender novas demandas sociais. Contudo uma força de contenção restringe suas potencialidades. Habilitada a produzir para muitos, a reduzir custos, a simplificar seus processos produtivos e produtos, a indústria é estrangida a reproduzir padrões de consumo conspícuos ditados pela cultura da opulência. Ao mesmo tempo em que produz tecidos e utensílios de uso comum, a indústria contempla requintes das camadas emergentes. Varia a qualidade dos bens e a escala de produção. A diferenciação de produtos destinados a pobres e ricos será marcante das estratégias de produção capitalistas. Paradoxalmente a tendência de produzir menos para uma quantidade menor de pessoas se consolidará.

A indústria canaliza seu potencial para sofisticar objetos. Ao invés de depurar formas, produzindo produtos mais simples, mais funcionais e mais acessíveis, dedica-se a torná-los supérfluos. A relação com os objetos projeta a exuberância reclamada pelo padrão de vida faustoso. Os hábitos e atitudes de camadas emergentes devem sinalizar opulência. Objetos convertem-se em seus signos.

As relações sociais serão demarcadas pela cultura material. Pelos valores simbólicos que os bens de consumo projetam. Nesse quadro, objetos sofrerão estranha metamorfose. No jogo das aparências, não se viabilizarão pela capacidade de satisfazer necessidades substantivas, serão valorizados pelo que simbolizam socialmente. Nesse enquadramento, objetos utilitários reproduzirão conceitos dispare. Os traços ornamentais se sobreporão as suas funções objetivas. A indústria capitalista, contrariando sua vocação socializadora, canalizará suas potencialidades para sedimentar modos de vida assimétricos. Suas mercadorias, contemplarão demandas básicas, contudo privilegiarão modos suntuosos de vida. No final do século XX, a restauração liberal absolutiza o conceito de liberdade individual. Valoriza a fruição proporcionada pelo consumo. Suas estratégias econômicas capitalizam o consumo supérfluo e conspícuo. Nesse contexto, potencialidades técnicas serão acionadas para promover o compulsivo consumo de bens

duráveis.¹⁰As esferas do mercado destinadas à comercialização de bens serão ampliadas e refinadas. A imagem faustosa das feiras, das galerias e lojas do século XIX será recuperada por meio de projetos similares compondo os atuais *shopping-centers*, templos profanos nos quais são celebradas virtualidades do consumo de massas. Os projetos de Desenho Industrial reproduzirão essas assimetrias. Ao contemplar a produção conspícua, a indústria capitalista sintonizará economia e cultura material da burguesia ascendente. As feiras do século XIX constituem marcos desse processo.

Referências

¹ BATISTA, Wagner (2000) *Desenho Industrial, perspectiva e a projeção do mundo moderno*, Anais do IV Congresso de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, Novo Hamburgo, AEND-BR, Estudo em Design, Volume II, pp. 767/781

² LUKACS, George (1972) *História e consciência de classe* apud DEBORD, Guy (1972) *A sociedade do espetáculo*, Lisboa, Editora Afrodite, p. 30

³ BENJAMIN, Walter (1972) *Paris, Capitale du XIX Siècle* in *Poésie et Revolution*, Paris, Denöel, p. 129

⁴ Hippolyte Adolphe Taine (1828-1893), historiador e crítico literário francês defensor da tese de que a obra de arte é sempre fruto do meio em que é produzida.

⁵ “O valor pedagógico e a significação ideológica destas mostras espetaculares na época da incipiente sociedade industrial eram de um nível extraordinariamente elevado. Não por casualidade efetuaram-se, com breves intervalos, numerosas exposições mundiais, precisamente naquela fase, em que a burguesia industrial estava empenhada em chegar a dominar o mundo e, inclusive, a criar um mundo à sua imagem e semelhança. Era aquele mundo da era industrial, no qual a expansão da civilização se identificava com a expansão dos bens industriais, a partir de então produzidos em grande escala. Pela primeira vez podia-se oferecer mercadorias em massa para as massas. Era natural que se recorresse a uma antiga instituição tradicional, ainda que profana, da propaganda comercial, ou seja, a exposição de mercadorias, para praticar o culto à mercadoria com sacrossanta solenidade.” PLUM, Werner (1979) *Exposições mundiais no século XIX: Espetáculos da transformação sócio-cultural*, cadernos do instituto de Pesquisa Friedrich-Ebert Stiftung, Bonn, p 10 /11

⁶ ZEVI, Bruno (1956) *La primeira Época de la Arquitectura Moderna in História da la Arquitectura Moderna*, Buenos Aires, EMECE ediciones p. 78 / 79

⁷ HAUSER, Arnold (1998) *Naturalismo e Impressionismo in História social da arte e da literatura*, São Paulo, Martins Fontes, p. 857

⁸ PLUM, Werner (1979) *Exposições mundiais no século XIX: Espetáculos da transformação sócio-cultural*, cadernos do instituto de Pesquisa Friedrich-Ebert Stiftung, Bonn, p. 61

⁹ “Ocioso, caminha como uma personalidade, protestando assim contra a divisão do trabalho que transforma as pessoas em especialistas(..)o flâneur deixava que elas lhe prescrevessem o ritmo de caminhar. Se o tivessem seguido, o progresso deveria ter aprendido esse passo. Não foi ele, contudo, a dar a última palavra, mas sim Taylor, ao transformar em lema o “ Abaixo a flânerie!” BENJAMIN, Walter (1995) *Flaneur in Paris do II Império*, Obras Escolhidas, Vol III, São Paulo, editora Brasiliense, 3ª reimpressão, p 50

¹⁰ BATISTA, Wagner (2004) *Desenho Industrial e liberalismo: uma visão histórica*, Tese de Doutorado em Engenharia de Produção, COPPE, UFRJ