

Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)  
Instituto de Artes (IA) – Comunicação Social: Habilitação em Midialogia  
CS405A - Educação e Tecnologia – Docentes: José Armando Valente  
Discente: Gabrielle Martho Domingues – RA: 168457  
Larissa Kilian Pacheco – RA: 171689

## **UMA EXPERIÊNCIA NO CAFÉ E ARTE**

### **RESUMO**

A partir da visita ao café e restaurante Café e Arte, analisamos o seu ambiente no qual os clientes podem desenvolver uma aprendizagem não-formal ou informal, dependendo da situação em que se encontram naquele ambiente, relacionando-o à experiência estética da visita, considerando o caráter comercial e de espaço de exposição.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Aprendizagem, ambiente não-formal, ambiente informal, estética, artes visuais.

### **INTRODUÇÃO**

Estética é o conhecimento sensível. Nos séculos XVI e XVII, a questão era a autonomia da arte e da estética. Em nossa época trata-se da inserção da arte e da estética na comunicação e cultura, sistema este estritamente regido sob condições da política e do mercado.

Entre 1900 e 1960 - e podemos estender essa compreensão para os tempos atuais - houve o predomínio de duas concepções do belo, de acordo com Umberto Eco: a beleza da provocação e a beleza do consumo. A beleza da provocação seria aquela que se desenvolve com as vanguardas artísticas europeias, caracterizadas pelo experimentalismo artístico, que visava provocar o belo sem recorrer aos cânones estéticos estabelecidos na produção artística e respeitados até aquele momento, num exercício de deslocar a percepção do espectador. Dessa forma, ao mesmo tempo em que se retoma o passado dos rituais que originaram muitas das expressões precursoras da arte, transforma-se o modo do público se relacionar com

a obra de arte, tornando-o agente participante. A beleza de consumo seria correspondente aos ideais propostos pelo mercado e vinculados pelos grandes meios de comunicação, quando muitas vezes o que é belo é confundido com o que é bom. Isso porque o bom corresponde àquilo que nos agrada e que gostaríamos de ter, sendo um bem aquilo que estimula nosso desejo. O belo, por sua vez, corresponde àquilo que é agradável à contemplação independente do desejo do sujeito que contempla.

A partir da noção de estética, desperta-se a problemática de como essa área do conhecimento poderia ser utilizada para o aprendizado. O conhecimento está relacionado à verdade (aletheia), que é a concepção idealista de Platão baseada na educação (paideia), com estágios sucessivos de formação no mundo visível (empeiria), rumo ao plano das ideias, pelo conhecimento, ao encontro do bem, do belo e da verdade, no mundo inteligível. A compreensão das coisas sensíveis, apreensão de imagens (eikasia e pístis), compõem um primeiro estágio do aprendizado, mesmo que sejam mutáveis e que não sejam perfeitas como as coisas no mundo das ideias. Assim, a estética é parte importante do aprendizado, visto que compõe sua primeira etapa, quando o indivíduo se relaciona com o mundo sensível e, por meio dos sentidos, o apreende.

A partir dessas considerações, buscamos estudar um lugar onde a experiência estética se dá de maneira acessível, onde encontra-se simultaneamente a beleza da provocação e a beleza do consumo, onde o público pudesse ter acessibilidade e onde a aprendizagem poderia se dar simultaneamente de maneira informal e não formal.

## DESENVOLVIMENTO

Escolhemos estudar um café e restaurante chamado Café e Arte, que funciona também como galeria de arte, localizado no centro de Barão Geraldo - Campinas. As obras são expostas nas paredes do espaço. Para expor no Café e Arte, o artista precisa marcar uma reunião com o dono do lugar, apresentando suas obras que quer expor e, caso o dono considere que as obras dialogam bem com a decoração e a proposta do espaço, agenda um mês para promover a exposição. Desse modo, mensalmente, o lugar recebe exposições de artes visuais, havendo

um dia de abertura da exposição (*vernissage*), quando o artista convida seus amigos, familiares e conhecidos. O artista pode ou não vender as obras expostas, sendo que o comprador deve esperar o fim da exposição para levar a obra ou o artista deve substituir a obra vendida para que o comprador possa levar a obra antes do fim da exposição.

O Café e Arte é um espaço aconchegante e requintado, predominado por cores quentes e mobílias diversas em madeira. O cliente vai para o café visando passar um tempo considerável, para fazer refeições ou para promover encontros. Desse modo, propõe uma experiência estética, para a qual é necessário espaço (sentido externo, infinito) e tempo (sentido interno, subjetivo).

Atualmente, estética trata-se da inserção da arte e da estética na comunicação e cultura, sistema este estritamente regido sob condições da política e do mercado. Percebemos que o Café e Arte acompanha essa demanda, visto que segue uma lógica mercadológica, na troca comercial entre artista e café, visto que a artista leva seu público ao café, gerando clientes, e o café leva as obras ao seus clientes, gerando público. Também acompanha essa demanda ao promover a experiência estética como forma de comunicação entre clientes e arte, entre os próprios clientes e entre café e clientes. Nessa lógica, estão presentes tanto a beleza da provocação e quanto a beleza do consumo. O café propõe o deslocamento da percepção do público, usando-se de uma forma tradicional de acesso à arte. Desse modo, retoma-se o passado do modelo expositivo, em que o público apenas contempla as obras, ao mesmo tempo que coloca o espectador como agente participante, que percebe aos poucos as obras expostas, de maneira não linear e crítica, incentivando-o a relacionar seu cotidiano às percepções despertadas pela arte, visto que o café é visitado para desenvolvimento de atividades rotineiras, mas apenas disso, o público é levado a uma situação extraordinária por meio da experiência estética. A ambientação do café aos ideais propostos pelo mercado: sendo um ambiente aconchegante e requintado, com cardápio diversificado e repleto de obras de arte, o café é considerado bom, porque corresponde àquilo que nos agrada e que gostaríamos de ter, sendo também considerado um bem, visto que estimula nosso desejo (por ir ao café, por permanecer no café, por observar as obras, por consumir os produtos vendidos

dentre outros). O café, ainda, é considerado belo, pois corresponde àquilo que é agradável à contemplação. Desse modo, as pessoas se sentem atraídas pelo ambiente e se permitem participar da experiência proposta.

Por meio da beleza da provocação e da beleza de consumo, então, os clientes do Café e Arte se sentem introduzidos em um espaço e tempo apropriados à experiência estética, ao deslocamento da percepção para o extraordinário e para a experimentação. Estando em um estado de grande estimulação dos sentidos, por meio deles é possível promover aprendizado. Por meio das artes, das obras expostas, temos uma primeira etapa de conhecimento, quando por meio da representação temos as primeiras considerações de um sentido não simbólico ou mítico em relação da existência humana. Assim, o Café e Arte é um lugar imensamente propício ao aprendizado, visto que introduzem o público à abertura e experimentação dos sentidos, por meio da ambientação, do tempo de permanência no espaço e das atividades desenvolvidas (principalmente, comer e beber, havendo experimentação de gostos e cheiros), permitindo que ele se desloque do cotidiano e se relacione com as obras de maneira participativa, abrindo possibilidade de aprendizado.

Nesse sentido de possibilidades de aprendizado, o Café e Arte se destaca por possuir tanto possibilidades de aprendizagem não-formal quanto informal, dependendo da situação em que o seu cliente/visitante se encontra. Iniciando pela não-formal, é claro sua presença relacionada às obras ali expostas. Principalmente na *vernissage* (dia de abertura da exposição), visto que os visitantes do café estão ali pelo caráter que o ambiente assume quanto expositor, próximo a um museu ou a uma galeria, portanto, como esses, tem o intuito de transmitir algum conhecimento enquanto os visitantes estão ali para consumir as obras e aprender com elas, entrando em contato com novos conceitos e ideias que elas trazem, conhecendo novas obras e, como o próprio artista está presente, é possível tirar dúvidas e aprender novas técnicas e questões sobre a exposição. Nos outros dias ao longo do mês, momentos em que não há a presença do artista, os visitantes normalmente são clientes do café, mas uma vez que eles se propõem a observar a exposição, tornam-se visitantes da exposição, fazendo o lugar ter o mesmo caráter de aprendizado que ocorre na abertura, como discutido anteriormente, com exceção da

possibilidade de conversar com o artista. Cobrindo, porém, a “falta” do artista, há no café internet *wifi* para os clientes, que podem usar dela em pesquisas relacionadas ao que veem ali, além da possibilidade de conversar com quem lá trabalha, como fizemos, para saber mais da exposição e do café, e será muito bem informado.

Tratando agora do momento em que o visitante do café não se atenta a exposição, não estando, portanto, em um ambiente de aprendizagem não-formal, mas somente visita comercialmente do estabelecimento, há outro tipo de possibilidade de aprendizagem, a informal. Grande parte de como ocorre esse aprendizado já foi discutido, visto que ele ocorre com a provocação da experiência estética por meio do ambiente, mas também há outras possibilidades nele. A primeira e mais clara é a presença da internet, como já dito antes. Dessa vez, porém, ela não complementaria o ambiente não-formal, mas é uma oportunidade de ambiente informal. Uma vez que o ambiente é acolhedor e possibilita passar horas e realizar reuniões e trabalhos lá, por exemplo, os clientes podem fazer uso do *wifi* e pesquisarem o que necessitam e aprenderem por esse meio. Outro meio claro de aprendizagem são os jornais, revistas e livros lá dispostos para os clientes que desejam ler algo durante sua refeição. A proposta de ter tais materiais lá é relacionado ao entretenimento e experiência do cliente, mas acaba se tornando mais um meio de aprendizagem para os que escolhem os ler. Os livros, inclusive, são doações, gerando uma relação entre os próprios clientes, que os levam até lá, hipoteticamente, para entretenimento ou adquirir conhecimento naquele tempo, e acabam doando ao lugar para que outros façam o mesmo. Por fim, outro meio que vimos como possibilidade de aprendizagem foi o cardápio do local, que é muito diverso possibilitando novos conhecimentos, sejam eles relacionados a novos pratos, sabores, cheiros, ingredientes e combinações, ou vindos de alguma pesquisa que partiu da curiosidade vinda dos itens anteriores, possibilitando descobrir novas técnicas, origens e histórias de pratos e ingredientes, ou qualquer outro fator que o cliente queira.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Finalizando nosso estudo sobre o café e restaurante Café e Arte, podemos dizer que se trata de um ambiente com múltiplas possibilidades de aprendizagem,

podendo funcionar como meio não-formal e informal, e possuindo diversos recursos para aprendizagem nas duas funcionalidades. Sendo tanto um café/restaurante quanto uma galeria, há a possibilidade desses dois diferentes ambientes se complementarem na experiência da visita ao local, promovendo uma experiência estética que contempla diferentes sentidos e atividades, por meio de um ambiente aconchegante e de um tempo dedicado às propostas do café.

## BIBLIOGRAFIA

PLATÃO. **O banquete**, Diálogos de Platão. (Trad.: Carlos Alberto Nunes), EDUFDA, 2011.

WAGNER, Christiane. **In Art - invenção e artifício**. São Paulo: Blucher, 2009

\_\_\_\_\_. **Estética**: imagem contemporânea: análise do conceito inovação. (tese) USP, 2013.