

Hoewel geuren onzichtbaar, ongrijpbaar en moeilijk te verwoorden zijn, staat het publiek steeds meer open om kunst als ervaring te beleven. Welkom in de welriekende wereld van de olfactorische schoonheid.

tekst Sofie Albrecht illustratie Karin Sunvisson

# KUNST OM TE RUIKEN

Sorry voor de rommel, het is zo druk de laatste tijd dat ik er niet toe kom om op te ruimen”, verontschuldigt Peter de Cupere zich, wanneer hij me zijn atelier laat zien. De geboren Leuenaar is een van de toonaangevende ‘geurkunstenaars’. Al hoort hij dat woord niet graag. “Het Engelse *olfactory* is correcter, omdat het staat voor *sense of smell* - reukzin. Het Engelse woord *sense* heeft meer betekenissen dan louter zintuig.”

De interesse voor olfactorische kunst neemt de laatste drie jaar exponentieel toe, meent hij. Dit jaar heeft hij al meegewerkt aan meer dan twintig tentoonstellingen. Een topper was de Biennale van Havana en deze zomer *The Smell of War*, een expo over de gasaanvallen in de Eerste Wereldoorlog, die hij als curator in Poperinge organiseerde.

Verder kreeg De Cupere behoorlijk wat aandacht op de Wereldexpo van Milaan, waarvoor hij een chocolade-parfum (‘Cocoa 5 Senses’) en een gasmasker met chocoladefilters (‘Cocoa 5 Air Mask’) ontwierp met chocolatier Boon. Op de tentoonstelling *Jazz Age* in het Modemuseum Hasselt vind je zijn *Scented Cloud Space*, in C-Mine Genk kun je zijn *Olfactory Tree* bewonderen en in de onderzoektentoonstelling *Manufacture* in de hogeschool PXL MAD Hasselt staat tot eind oktober *The Scent Reader*.

Maar niet alleen De Cupere heeft het druk, de olfactorische kunst in het algemeen kent een *boom*, bevestigt ook Caro Verbeek, een van de weinige kunstcritici die thuis is in deze kunstvorm: “Zeker de nieuwe generatie kunstenaars is erg geïnteresseerd in die fysieke, intieme ervaringskunst. Maar eigenlijk bestaat het al zo’n honderd jaar. Marcel Duchamp en de Italiaanse futuristen experimenteerden al met geur.”

Die populariteit heeft verschillende redenen, meent Verbeek. “Door de alomtegenwoordigheid van internet en sociale media groeit onze behoefte aan fysieke ervaringen die niet digitaal te delen zijn. Bovendien zijn conservatoren en curatoren steeds minder bang om geuren in te zetten. Tot voor kort was er een hoge drempel, omdat geuren tegen alle museale principes ingaan: ze zijn onzichtbaar, laten zich niet opsluiten in een vitrinekast en zijn moeilijk om over na te denken. Maar nu er methodes zijn om geuren gecontroleerd te verspreiden, zien ze het als iets nieuws dat publiek kan aantrekken. En dat heeft een sneeuwbal-effect: omdat het op steeds meer plekken opduikt, wordt er ook meer aandacht aan besteed.”

Kan geur op zich kunst zijn? Onder bepaalde voorwaarden wel, meent Peter de Cupere. “Het gaat niet louter over een geur toevoegen, maar over wat die zegt en doet met jou en welke context er wordt gecreëerd. Wanneer het louter de titel van het werk vertaalt, is het niet meer dan een illustratie. Echte kunst gaat over een concept, doet mensen nadenken. Geur is daarbij het medium en geeft context.”

In het MARTa museum in het Duitse Herford stelde De Cupere vorig jaar *Invisible (Scent) Paintings* tentoon. Op een

## Geurkunst wint aan populariteit

witte muur had hij een *scratch ‘n sniff*-technologie aangebracht. “Als je over de muur wreef, kwam er een geur vrij die de titel van het werk betekenis gaf. Een andere betekenis dan wanneer je enkel de titel zou lezen. Bijvoorbeeld: een titel als *‘Her smile is like a perfume bottle’* krijgt een andere betekenis naargelang het type geur dat eraan wordt toegevoegd. Parfum zou te illustratief zijn, maar aroma’s als pepermunt, look of aceton zullen je verder doen denken. Over een sensuele of juist een slechte kus, bijvoorbeeld.”

Er zijn verschillende redenen waarom het zo lang heeft geduurd voordat olfactorische kunst bekend en populair raakte bij een groter publiek, meent Caro Verbeek. “Het is moeilijk te communiceren. We hebben geen woordenschat om geuren te beschrijven en we leren niet hoe we ze moeten analyseren of beoordelen. Vaak zijn mensen zich niet bewust van het feit dat de geur een

onderdeel is van een kunstwerk.”

Dat heeft volgens haar een goede reden: “We hoeven niet op geuren te letten. Zien en horen zijn belangrijker zintuigen in onze maatschappij. Geur is iets wat we onbewust waarnemen, maar waar we nochtans heel adequaat op reageren: gevaarlijke geuren alarmeren, maar veilige ruiken we na een tijdje niet meer. Maar ze hebben wel degelijk effect op ons.”

## ‘Een geur kan net zoals een kleur donker of zwaar, licht of fris, koel of warm zijn’

Het vooroordeel over de reukzin als een zogenaamd ‘lager’ zintuig verhindert dat deze vorm van kunst serieus wordt genomen. “Al vanaf Plato en Aristoteles wordt het als minderwaardig, primitief of entertainment gezien, geuren worden buiten het academische debat gehouden”, weet Caro Verbeek. “Wanneer ik ze

bij een lezing verspreid, wordt het steevast als performance gezien. Terwijl een visuele powerpoint als informatie wordt aanvaard, zijn olfactorische illustraties dat niet. Maar geuren bevatten net zoals beelden informatie.”

### Emotionele reacties

De meest gehoorde kritiek op olfactorische kunst is dat het subjectief is. Maar dat vindt Peter de Cupere net boeiend: “Geuren hebben inderdaad persoonlijke associaties, waardoor je veel reacties van het publiek niet kunt voorspellen.”

Maar volgens Caro Verbeek kunnen geuren dat subjectieve overstijgen. “Net als kleuren hebben ze abstracte kwaliteiten en kun je ze in objectieve termen omschrijven. Een geur kan net zoals een kleur donker of zwaar, licht of fris, koel of warm zijn. En in die emotionele waarneming kan ook een stuk collectieve ervaring zitten. Sommige geuren worden binnen een (sub)cultuur op een bepaalde manier ervaren omdat ze altijd in dezelfde situatie voorkomen. In die zin kun je ze dus even objectief benaderen als beelden.”

De Cupere vult aan: “Geuren kunnen gemeenschappelijke betekenissen oproepen vanuit aangeleerde culturele, sociale en soms ook religieuze waarden. Al kan de beleving per individu verschillen door persoonlijke herinneringen. Verder zijn er ook de instinctieve reacties op ‘alarmerende’ geuren zoals rook, vuur of bedorven voeding, die het kunstwerk automatisch oproept.”

Doordat geuren een onmiddellijke emotionele reactie uitlokken - in tegenstelling tot andere zintuiglijke prikkels - zouden ze een intellectuele reflectie bemoeilijken. Maar dat vindt Caro Verbeek geen bezwaar: “Ook het fysieke, de emotionele reactie of ervaring is interessant. Hoe minder je je bewust bent van geuren, hoe groter de emotionele impact. Dat is het unieke van olfactorische kunst, maar tegelijkertijd ook het probleem. Je bent je er immers bewust van dat je zult ruiken. En dan heb je per definitie minder effect.”

Volgens haar moeten geuren een vanzelfsprekend onderdeel worden van ons besef, zodat we daar ook niet op moeten letten. “Bij een tentoonstelling met beeldende kunst hoeft er toch ook niet gezegd te worden dat je ogen moet gebruiken?”



‘Geur is moeilijk te communiceren’, zegt geurkunstenaar Peter de Cupere. ‘We hebben geen woordenschat om geuren te beschrijven en leren niet hoe we ze moeten analyseren of beoordelen.’

©FREDERIK BLYCKX

## Geurkunst wint aan populariteit

Een struikelpunt voor veel mensen zijn slechte geuren. "Als mensen de gebruikte aroma's als slecht of niet alledaags ervaren bij een kunstwerk, heeft dat een impact op de beoordeling van het werk in zijn geheel", zegt Peter de Cupere. "Slechte of taboegeuren lokken veel meer reacties uit, ze doen nadenken. Mensen gaan ervan uit dat ik veel met slechte geuren werk, maar dat is niet zo. Ik houd er niet van, maar vind ze wel interessant. Je hoeft iets niet mooi te vinden om de waarde van het werk te kunnen zien."

Een van de werken waar hij het meest reactie op kreeg was een ijssculptuur van een madonnabeeld dat bij het smelten een vaginageur vrijgaf. Die was samengesteld uit de afscheiding van 49 vrouwen van verschillende rassen en nationaliteiten, verzameld voor wetenschappelijk onderzoek. Meer dan duizend mensen reageerden via mail: van massa's vrouwen die hem bedankten tot bedreigingen van mannen die het godslasterend vonden.

### Stank is aangeleerd

Ook Verbeek kan stank interessant vinden, maar geeft toe dat het voor een ongeofende neus niet zo evident is. "Bij het bekijken van een extreem beeld, zoals een lijk, kun je daar intellectueel afstand van nemen en er toch de esthetiek van zien. Dat is veel moeilijker bij stank."

Maar stank is een rekbaar begrip, meent Verbeek. Het is immers aangeleerd. "Mensen zullen zeggen dat ze niet van zweetlucht houden, maar als ze niet weten wát ze ruiken, zullen ze het niet als vies ervaren. Je kunt zogenaamde stank esthetisch beleven door er een andere context aan te geven. Geurperceptie is heel erg context- en verwachtingsgebonden. Een van de uitzonderingen zijn zwavelwaterstofverbindingen. De geur van rotte

eieren wordt universeel als afstotelijk ervaren."

Ondanks die drempels ziet de toekomst er rooskleurig uit. In 2012 opende het New Yorkse Museum of Art and Design als eerste een afdeling olfactieve kunst. Het initiatief lijkt andere musea te inspireren. Het Britse Tate Museum bracht onlangs experts in geur, geluid, smaak en tastzin samen om in de Sensorium-tentoonstelling te experimenteren met een nieuwe manier van kunst beleven en presenteren. Ook het Amerikaanse Madison Design museum heeft regelmatig aandacht voor multisensoriële kunst.

Daarnaast heb je verschillende instituten, zoals The Institute of Art and Olfaction in Los Angeles en het Zwitserse Scent Culture Institute die de kennis van en interesse voor geuren op verschillende manieren promoten. In Amsterdam richtte Caro Verbeek onlangs Odorama op, een platform in samenwerking met Mediamatic, dat kunstenaars, psychologen, aromatherapeuten en parfumeurs samenbrengt om de rol van geur in kunst, design en cultuur in het algemeen te bespreken.

Peter de Cupere zelf richtte de vzw The Olfactory en de online community website olfactoryart.net op om olfactorische kunst te promoten. Ook vanuit het onderwijs is er interesse. Aan het PXL-MAD Hasselt werkt De Cupere mee aan een nieuwe richting rond *time based art* - waaronder geur. Men denkt zelfs aan een master voor olfactorische kunst.

"De interesse stijgt zeker, maar we hebben nog een lange weg te gaan", meent De Cupere. "We bevinden ons momenteel in dezelfde situatie als fotografie veertig jaar geleden. Toen dacht men ook dat dat niet meer was dan op een knopje drukken."



De 'Olfactory Tree' van Peter de Cupere: rot van binnen, en dat ruik je. Zijn smeltende Madonna-ijsculptuur lokte veel heftige reacties uit, vanwege de vaginageur die vrijkwam.

## Vijf olfactorische kunstenaars die je moet kennen

**1 Peter de Cupere** is een van de pioniers in de olfactorische kunst. Al bijna twintig jaar zet hij geur in als artistiek medium bij performances, sculpturen, installaties, voorwerpen en ruimtes. De Cupere wil mensen bewust maken van geuren en pollutie. De milieuproblematiek maar ook het taboe op (lichaams)geuren zijn regelmatig terugkerende thema's. Hij gebruikt geur als contextgever en/of drager van het kunstwerk, maar vaak ook om een ervaring op te roepen. Soms heeft zijn werk ook een erg praktische inslag. Zo ontwierp hij een installatie in een Nederlands verzorgingstehuis voor demente bejaarden om hen door middel van geur te helpen om de weg naar hun kamer terug te vinden. Hij geeft les aan PXL-MAD in Hasselt, waar hij doceert over hoe geur in kunst context geeft. Hij is eveneens de auteur van het Olfactory Art Manifest.

[peterdecupere.net](http://peterdecupere.net),  
[thesmellofwar.be](http://thesmellofwar.be),  
[olfactoryartmanifest.com](http://olfactoryartmanifest.com),  
[cocoa5.com](http://cocoa5.com).

**2 Sissel Tolaas** is een Noorse die woont en werkt in Berlijn. Ze beschouwt zichzelf niet als artiest, maar werkt op onderzoek, creativiteit en commercie. Ze ziet geur voornamelijk als communicatie en ontwikkelde een fictieve taal (Nasalo) om over geur te kunnen praten. Volgens Tolaas stinkt niets. Enkel dat denken bepaalt of iets stinkt. Ze maakt geen onderscheid tussen goede of slechte geuren en is gefascineerd door 'echte' geuren, van het lichaam en van bepaalde plekken. Ze maakte een olfactorische kaart (*Talking Nose*) van Mexico City, waarvoor ze de aroma's van verschillende wijken ging registre-

ren en aanbracht op een stadplan. Een van haar bekendste werken is *The FEAR of Smell-the smell of FEAR*, waar ze het angstzweet van 14 fobische mannen uit de hele wereld verwerkte in verf waarmee ze een muur schilderde. Als je erover wreef kwamen de (anonieme) geuren vrij. Zo stelt ze culturele vooroordelen in vraag.

[researchcatalogue.net](http://researchcatalogue.net)

**3 Clara Ursitti** is geboren in Canada en leeft in het Schotse Glasgow. Ook zij is gefascineerd door lichaamsgeuren. Ursitti verkent de sociale en psychologische kracht en de intiemere aspecten van geur. Ze maakte een olfactorische selfie (*Scents of a Woman*) door haar lichaamsgeuren te bottelen, als protest tegen het taboe. Ze ontwikkelde een concept van geurgebaseerd dating (*Pheromone Link*), waarbij bezoekers hun blind date kozen door aan gedragen shirts te ruiken. Een van haar meest spraakmakende werken draagt de titel *Bill* (1998), een spermageur die alludeert op het Lewinski-schandaal.

[claraursitti.com](http://claraursitti.com)

**4 Maki Ueda** is een Japanse kunstenaar uit Rotterdam. Ze gebruikt niet zozeer geuren dan wel de reukzin zelf. Ze bouwde een labyrint (Olfactory Labyrinth) met vier paden die elk gemarkeerd werden door een eigen geur die je moest blijven volgen. Geur als navigatiesysteem, dus. Geur en ruimte worden gebruikt om te communiceren en fysieke sensaties op te roepen, ze verwerkt zo min mogelijk visuele en auditieve elementen. Beweging en beleving zijn terugkerende

thema's. Ueda heeft ook iets met parfum. Zo maakte ze een set van vijf geuren (*Scents of Holland*), die de geuridentiteit van Nederland bepalen. In *Olfactoscape* bracht ze ingrediënten van het parfum Chanel N°5 afzonderlijk aan op verschillende plekken op een doek. Door te bewegen rook je de verschillende onderdelen en deconstrueer je het parfum. Enkel in het midden rook je het parfum als geheel.

[ueda.nl](http://ueda.nl)

**5 Marcel Duchamp** was een Frans kunstenaar die zijn carrière in 1910 begon als kunstschilder en na drie jaar overschakelde op beeldhouwen. Hij was de eerste die een alledaags voorwerp presenteerde als kunstwerk (*Ready Made*). Zijn werk Fountain (een urinoir) werd verkozen tot meest invloedrijke kunstwerk van de 20ste eeuw. Hij gebruikte en verwees naar geuren op verschillende manieren in zijn werk: als adem, lucht, parfum, lichaamsgeur, rook, verdamping, aromatische substanties... Zijn interessantste werk met geur is ongetwijfeld *Belle Haleine* (1921), een leeg parfumsflesje dat hij voorzag van een nieuw etiket met een portret van Rrose Selavy, het vrouwelijk alter ego van Duchamp, door Man Ray. Vanaf 1938 voorzag hij elke tentoonstelling van geur, als onderdeel van een Gesamtkunstwerk.

**Meer informatie over de rol van geur in het werk van Duchamp vind je in het boek 'Something in the Air-Scent in Art' van CaroVerbeek, uitgegeven door Hoenes-Stifting & Dr Stefanie Dathe, Museum Villa Rot.**



Sissel Tolaas



Clara Ursitti



Maki Ueda



Marcel Duchamp