

Apropriações in-devidas. Linguagem publicitária e mercado de arte na construção poética do Mostruário de Arte®

Juliana Morgado Horta Corrêa

“Retirar o objeto do seu invólucro, destruir sua aura, é a característica de uma forma de percepção cuja capacidade de captar ‘o semelhante no mundo’ é tão aguda, que graças à reprodução ela consegue captá-lo até no fenômeno único”.

Walter Benjamin

Neste estudo, ainda em construção, propõe-se refletir sobre o modo como a instalação *Mostruário de Arte®*, realizada no *Espaço Cultural Sala Egydio Antônio Coser*, em agosto/setembro de 2006. Nessa instalação apropriou-se da linguagem da publicidade e de elementos do mercado de arte para, juntos, constituírem o seu sentido. No entanto, antes de dar início à análise do Mostruário de Arte®, vale dizer que esse trabalho faz parte de uma investigação mais ampla em andamento, na qual se procura compreender a maneira com que determinadas práticas de apropriação, na arte contemporânea, articulam-se internamente, mais especificamente, aquelas em que o seu conjunto de ações se confronta criticamente com os próprios objetos, imagens, estilos, circuitos, práticas e percursos cotidianos, linguagens e sistemas apropriados.

O método da apropriação tornou-se, certamen-

te, apesar das diferentes manifestações, uma prática generalizada presente nos mais diversos campos da produção cultural contemporânea, uma vez que ela pode ser vista como procedimento em quaisquer tipos de design, audiovisual, literatura, arquitetura, música, artes plásticas, entre outros. Segundo Douglas Crimp (2005, p.115),

Apropriação, pastiche, citação - esses métodos estendem-se virtualmente a todos os aspectos da nossa cultura, dos produtos mais cinicamente calculados da indústria da moda e do entretenimento às atividades críticas mais comprometidas dos artistas; das obras mais claramente retrógradas (os edifícios de Michael Graves, os filmes de Hans Jürgen Syberberg, as fotografias de Robert Mapplethorpe, as pinturas de David Salle) às práticas aparentemente mais progressistas (a arquitetura de Frank Gehry, o cinema de Jean Marie Straub e Daniëlle Huillet, a fotografia de Sherrie Levine, os textos de Roland Barthes).¹

Deste modo, voltando-se mais particularmente para a arte contemporânea, muitas das obras geradas a partir de tal procedimento ficam “...em pé de igualdade com os próprios objetos que outrora pareceram estar prontas a remover.”² Pois, elas assumem semelhantemente o estatuto daquilo que antes

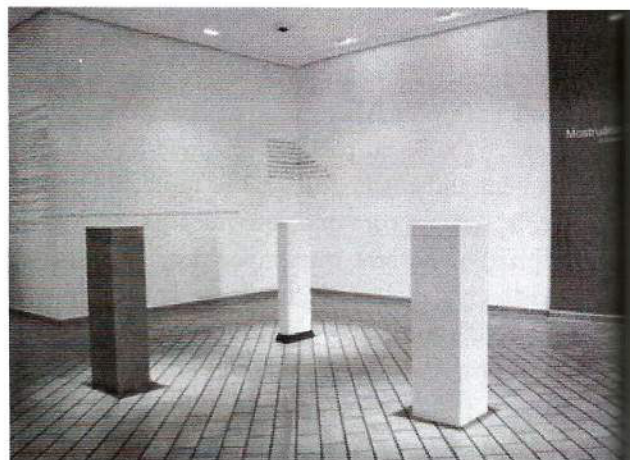
se apropriaram. O percurso apropriativo, nesses casos, não se dá como uma espécie de “materialidade” ou “disciplina” incorporada à construção do significado do próprio trabalho. Assim, nem a prática, nem o ambiente em que a obra se constituiu foram problematizados. “E, nesse sentido, a estratégia de apropriação torna-se apenas mais uma categoria acadêmica...”³

Entretanto, vê-se na arte contemporânea, apesar desse uso quase indistinto e arbitrário do processo de apropriação, práticas que produzem, por intermédio de suas próprias ações, discursos críticos. Essas, geralmente refletem, entre outros aspectos, sobre a estratégia da própria apropriação ou o estatuto do objeto artístico. E, distinguem-se de outras que se encarregam em promover não mais que apanhados estilísticos ou deslocamentos de objetos e imagens com interesses puramente estéticos ou de gerar diálogos amistosos.

É com o objetivo de tentar compreender, especificamente, certas práticas de apropriação efetuadas na produção artística contemporânea, que o *Mostruário de Arte*® será, mesmo que brevemente, analisado nesse estudo. Essa instalação foi realizada pela (copyleft) *Juliana & Morgado Inc.*, algo que se aproxima a uma “corporação” na qual a artista cria o trabalho, porém sua construção é gerada em parceria, junto a uma série de artistas e profissionais de diversas áreas. Esse procedimento apresentou-se no seu trabalho, pela primeira vez, na mostra *Brain Slicer*™: *useful, practical and durable*, em 1998. Assim, como sua assinatura e seus modos de produção, o conceito manifesto em sua obra também mudou. A partir dessa exposição, grande parte de seus objetos, instalações e intervenções começaram a ser arquitetados por intermédio da apropriação da lin-

guagem publicitária, a qual se tornou, em sua obra, uma espécie de veículo para adentrar criticamente nos modos operantes de que a publicidade faz uso ao divulgar e comercializar produtos e serviços, ou mesmo, pode-se dizer, ao construí-los.

Mostruário de Arte® compreendeu uma série de três *displays* contendo adesivos impressos digitalmente, colocados na parte interna das tampas de suas “caixas”; textos feitos com vinil recortado, fixados nas paredes e nas portas da galeria; *folders* disponibilizados dentro de um *display* de acrílico parcialmente sobreposto também com recorte de vinil; e papel de parede. Dois dos três *displays* apresentavam expostos em seu interior um tipo de objeto. Um deles possuía um rodapé de naftalina e o outro, quatro parquetes fundidos em *Cera Inglesa*™. Já no terceiro, havia um revestimento feito com azulejos rejuntados com uma massa feita de sangue, suor e cerveja. Esses *displays*, objetos, revestimentos, textos verbais e visuais impressos agiam, todos eles, no sentido de transformarem a galeria em algo que se



Vista parcial da instalação *Mostruário de Arte*®.

aproximaria a um *show-room* de arte. Essa mostra foi produzida a partir de diversos materiais, técnicas e meios, designados pelo conceito trabalhado nela como um todo e a visualidade dos seus elementos gráficos remetia a uma lógica publicitária. O trabalho, por meio do seu discurso, parecia instalar, no espaço da galeria, não um espectador comum, mas sim, um provável consumidor, aludindo, deste modo, às práticas desempenhadas, geralmente, pela publicidade. Nessa instalação, as camadas de apropriação eram múltiplas, pois se faziam presentes nos *displays*, nos tipos de objetos disponibilizados em seus interiores, assim como, na materialidade dos mesmos, na sintaxe e semântica dos textos, no próprio espaço e conceito de galeria de arte e em toda sorte de coisas que ali estavam.

Mostruário de Arte® ocupou a galeria configurando-a não como lugar neutro, propício apenas à fruição. Ele a tomou, física e conceitualmente, para si. Deste modo, a galeria deixou de ser apenas um dispositivo de emolduração, considerando aqui todo o conjunto de ações articuladas por ela, para, até mesmo este dispositivo, fazer parte da obra. A galeria então não mais, nesse caso, somente divulgou ou agenciou o trabalho exposto, como também promoveu internamente a construção do significado da produção que ali, ironicamente, se fez acolhida. Mas, como essa instalação construiu esse sentido de ocupação? Ou melhor, de que modo a linguagem publicitária e os aspectos do mercado de arte foram articulados na construção desse trabalho para produzirem o sentido de apropriação do espaço da galeria no qual foi “exposto”? Na busca de compreender essas questões, os textos, imagens e peças, que compunham a instalação, serão rapidamente apresentados, colocados em relação e analisados.

Antes de adentrar o espaço *Mostruário de Arte*®, havia um texto, feito em vinil jateado recortado, fixado na parte de vidro da porta de entrada, que dizia: “Entre e entregue-se ao mundo da arte. Visite nossos mostruários. Conheça o mais novo lançamento (*copyleft*) Juliana & Morgado Inc.”. Já no interior da mesma, num plano mais geral, viam-se outros textos em vinil recortado, fixados nas paredes, com tamanhos, composições e alturas diferentes, porém todos feitos na fonte *Arial*, num vinil opaco, sem textura e brilho, na cor vermelha amarronzada. Esses ocupavam a galeria se relacionado com o formato da mesma, com os ângulos formados pelo encontro de suas paredes, com os seus limites e elementos arquitetônicos.

Na parede mais extensa e sem interrupções da galeria, lia-se: “Adquira você também o metroquadradoartecontemporânea® (*copyleft*) Juliana & Morgado Inc.”. No final dessa frase, um pouco abaixo, havia um display em acrílico, preso na parede, no qual ficavam os folders/obras à disposição dos espectadores (consumidores?). Já na outra parede lia-se: “Para adquirir obras (*copyleft*) Juliana & Morgado Inc. escreva para metroquadradoartecontemporanea@gmail.com e conte com nossos serviços para instalar sua mais nova aquisição no conforto do seu lar*.”. Próxima à essa frase, fixada um pouco acima do rodapé da galeria e com letras relativamente pequenas, lia-se: “*A equipe (*copyleft*) J&M Inc. atende em domicílio, presta consultoria e instala a obra, serviços estes gratuitos restritos à capital do Estado.”. Neste caso, esta frase interliga-se, por intermédio do uso do asterisco, à anterior e faz uso de um tipo de estratégia comum em diversos materiais publicitários. Nestes, assim como nesse trabalho, a frase que segue o asterisco, define

mais precisamente os serviços oferecidos e se isenta de certas responsabilidades que o texto principal pode sugerir.

Um pouco mais adiante, nessa mesma parede, via-se um papel de parede impresso, composto pela junção de uma textura de madeira com a palavra *metroquadradoartecontemporânea*®, que seguia na vertical por toda sua extensão. Acima, impresso junto, na horizontal, lia-se: “Mostruário de Arte®. (*copyleft*) Juliana & Morgado Inc.”, em branco. Esse cobria totalmente um relevo da arquitetura da

Foto: Nara Paraná



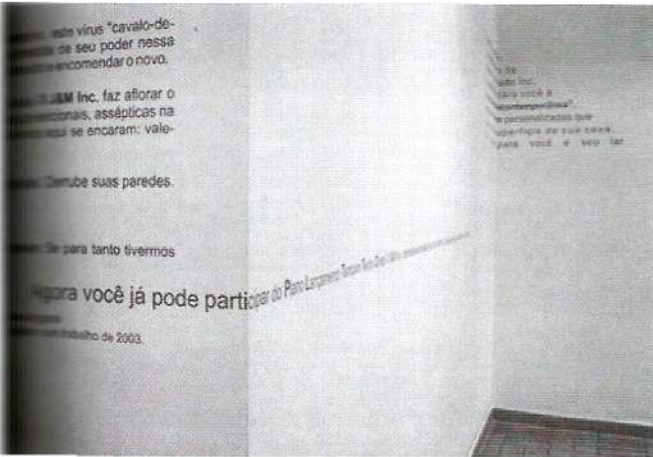
Interação com o folder da instalação do Mostruário de Arte®.

própria galeria. Ainda nessa parede, mais ao fundo, na quina formada pelo seu encontro com outra, via-se um texto, fixado numa altura mais elevada do que os outros, que dizia: “Atendendo a um desejo do mercado brasileiro de arte, (*copyleft*) Juliana & Morgado Inc. criou especialmente para você a linha *metroquadradoartecontemporânea*®, obras de arte totalmente personalizadas que ocupam partes da superfície de sua casa. Obras exclusivas para você e seu lar”. À sua esquerda, havia outro texto que iniciava em outra parede, obrigando-o a dobrar-se; lia-se: “Agora você pode participar do Plano Lan-

çamento Também Tenho Obras (*copyleft*) Juliana & Morgado Inc., compartilhar do seletor círculo (*copyleft*) J&M Inc. e ainda usufruir de inúmeras vantagens*.”. Abaixo dela, próximo ao rodapé da galeria, em letras igualmente pequenas como as da frase que acompanhava o asterisco anteriormente citado, havia o seguinte texto: “*além de adquirir um produto inovador, você ganha meio metro quadrado inteiramente grátis na compra de três metros quadrados.”. Nesse caso, é especificado ao comprador o que ele efetivamente ganha e o quanto precisa adquirir para ganhar o que é oferecido, ao participar do plano apresentado no texto principal. Esses “remendos” ou notas cumpriam a mesma função que exercem nos materiais publicitários de divulgação, só que ao invés de comporem beiradas de *folders*, *outdoors* ou panfletos, compunham as extremidades da arquitetura do próprio espaço.

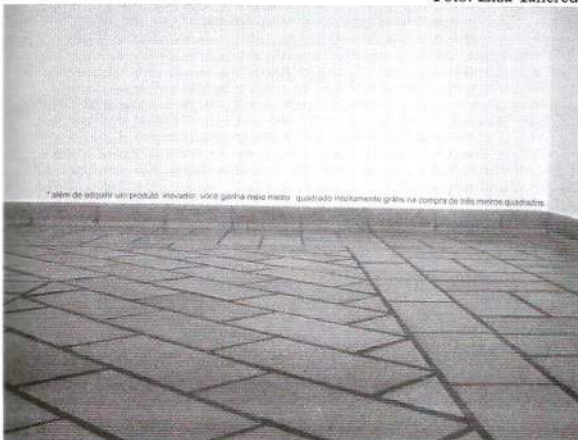
As paredes da galeria no *Mostruário de Arte*® tornaram-se o “suporte” da instalação que ali se constituiu. Os textos, dispostos pelas paredes da galeria com diagramações, tamanhos e alturas diferentes, e a maneira como os displays estavam dispostos sugeriam certos percursos a serem cumpridos por seus espectadores. Caminhos foram instaurados e o limite físico da galeria aparentemente era o limite da própria instalação.

No centro da galeria, entre essas paredes ocupadas parcialmente pelos textos comentados acima, via-se três *displays* com configuração semelhante a cubos brancos, do tipo geralmente usado como pedestal para esculturas e objetos, comuns em galerias de arte e instituições culturais. Porém, todos eles eram revestidos com materiais, ou construídos de modo que fizessem referência a superfícies ou elementos arquitetônicos. Todos eles possuíam, na



parte superior, uma tampa que ao ser aberta, dava acesso a um texto verbal e visual, e às peças. Esse texto, fixado na parte interna da tampa, apresentava certas informações gerais que reiteravam o conteúdo dos textos fixados nas paredes, assim como, intercambiavelmente, daqueles disponibilizados nas outras “caixas”. Porém, cada um deles, apresentava também certas particularidades que se referiam à

Foto: Liza Tancredi



Vista da “nota de rodapé” da instalação Mostruário de Arte®.

peça exposta em seu interior.

Um dos *displays* era completamente revestido com azulejos brancos dispostos na diagonal, rejuntados com massa também na cor branca. Ao ser aberto, via-se, em seu interior, o mesmo revestimento de seu exterior. No entanto, o seu rejunte, diferentemente do de fora, era feito com uma massa constituída de sangue, suor e cerveja extraídos e expelidos do corpo do artista. No adesivo fixado na tampa havia um desenho, feito em computação gráfica, que simulava o resultado da substituição de parte do rejunte tradicional do azulejo da casa pelo ofertado pela (*copyleft*) J&M Inc. e um texto que, além de reforçar o que já estava dito nas paredes da galeria, apresentava aspectos mais específicos da obra que ali estava à mostra. Para tornar o exame desses textos presentes no interior dos *displays* mais pontual, os mesmos serão parcialmente transcritos. Serão privilegiadas somente as partes que influenciavam diretamente no entendimento da proposta de cada uma das obras. Em parte do texto do *display Sangue, Suor e Cerveja*, lia-se:

Sangue, Suor e Cerveja* é a obra mais personalizada da linha metroquadradoartecontemporânea® (*copyleft*) J&M Inc., produzida com a inédita massa de rejunte feita a partir da mistura de sangue, suor e cerveja extraídos e expelidos do corpo do artista.

*A quantidade de metros quadrados de Sangue, Suor e Cerveja adquiridos substitui, na mesma proporção, o rejunte entre os azulejos da parede da cozinha ou do banheiro de sua casa. [...]

Os textos disponibilizados no interior dos *displays*, quando na sua versão integral, apresentavam, já em suas primeiras linhas, a proposta da (*copyleft*)

Foto: Liza Tancredi



Vista externa do display sangue, suor e cerveja da instalação Mostruário de Arte®.

Juliana & Morgado Inc., que consistia em substituir pela obra em oferta, partes da superfície da casa de quem a adquirisse. Várias informações também eram anunciadas, como: seus modos particulares de ocupação da casa e suas vantagens, os serviços prestados, os seus valores e o modo como adquiri-las. Este texto, em particular, parece ironizar discussões pertinentes ao universo da arte, como a aura da obra de arte ou, mesmo, do artista. *Sangue, Suor e Cerveja* era a obra mais personalizada de toda a série e a única constituída em parte por aquilo que foi retirado ou liberado do corpo do artista. Entretanto, quase tudo que aparecia nesses textos era construído por

intermédio de um discurso generalizado, estereotipado e sem profundidade. Esse modo de tratamento é coerente com muito do que se vê na publicidade, mas supostamente contrário ao que se espera de uma ação comercial que lida com arte.

Um pouco mais ao fundo da galeria, havia outro *display*, completamente revestido por lâminas de madeira recortadas, as quais sugeriam a formatação de um piso de parquet. No interior desse, ao abrir a tampa, via-se quatro parquetes dispostos na horizontal, produzidos em *Cera Inglesa™*, nas cores vermelhão, vermelho, amarelo e transparente. No adesivo, fixado em sua tampa, via-se uma imagem, assim como nos outros, que simulava a substituição de parte do piso da casa pela obra, e um texto, onde se lia:

[...] Parquete (ou a cera do brilho fácil)* é a obra mais versátil da linha metroquadradoartecontemporânea (copyleft) J&M Inc., produzida em módulos no tamanho tradicional de 1,7 x 21,0 x 7,0 cm cada, feitos inteiramente em Cera Inglesa™ nas cores clássicas vermelhão, vermelho, amarelo e transparente.

Adquira o Parquete na paginação e cor à sua escolha e nossa equipe totalmente qualificada instala** o metroquadradoartecontemporânea® no conforto do seu lar.

*A quantidade de metros quadrados de Parquete adquiridos substitui, na mesma dimensão, o piso de sua casa.

[...]

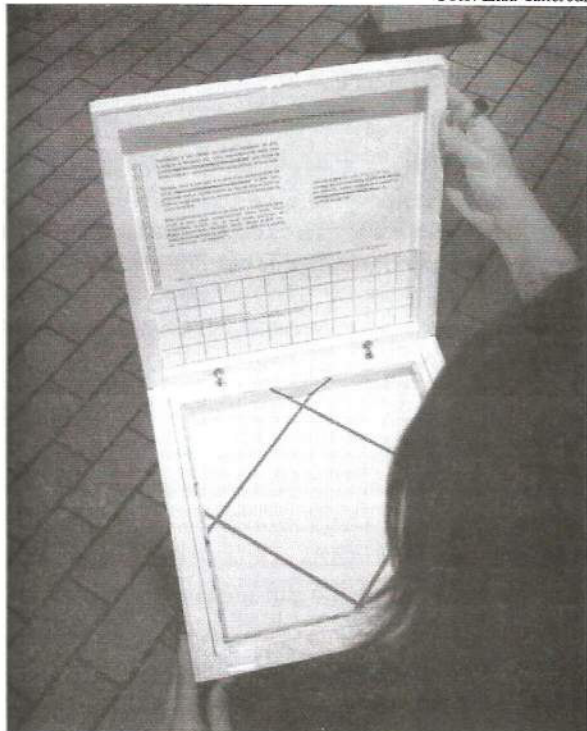
Neste fragmento, assim como no anterior, vantagens particulares da obra são apresentadas. No entanto, as qualidades aqui pronunciadas parecem falar mais de produtos ordinários do que de arte. A versatilidade em *Parquete (ou a cera do brilho fácil)* parece sugerir um tipo de mercado de arte no qual

Foto: Liza Tancredi



Vista externa e interna do display sangue, suor e cerveja da instalação Mostruário de Arte®.

Foto: Liza Tancredi



Vista interna do display sangue, suor e cerveja da instalação Mostruário de Arte®.

as obras comercializadas são realmente “versáteis” e, inclusive, podem se adequar ao gosto do cliente.

O último *display*, diferente dos anteriores, era mais fino e retangular e se assemelhava a uma parede branca contornada, na sua base, por um rodapé de madeira. No seu interior havia um rodapé fundido em naftalina e, como nos outros, um adesivo, fixado na parte interna da tampa, contendo um texto e um desenho que simulava a substituição de parte do rodapé da casa pelo de naftalina. Parte de seu texto dizia:

Entorno de Naftalina* é uma das obras da linha metroquadradoartecontemporânea® (copyleft) J&M Inc., produzida em módulos padronizados de 25,0 cm feitos inteiramente com a composição tradicional de naftalina.

Adquira o metro linear de Entorno de Naftalina e nossa equipe totalmente qualificada atende em domicílio, presta consultoria e instala** o metroquadradoartecontemporânea® no conforto do seu lar.

*Entorno de Naftalina é comercializada em metro linear. A quantidade de metros lineares da obra Entorno de Naftalina adquiridos substitui, na mesma extensão, o rodapé de sua casa. [...]

Este texto era o único em que a palavra “tradicional” comparecia e, ironicamente, é o que rompe a coerência do uso do *slogan metroquadradoartecontemporânea®*. Dando visibilidade, dessa maneira, a mais uma das estratégias publicitárias. Afinal, *Entorno de Naftalina* é comercializado a metro linear.

O *folder* que fazia parte da mostra possui 15 x 45 cm, dobrado em três partes iguais. Sua parte exterior apresenta uma imagem de parede rebocada em gradações de cinza e a seguinte frase: “metroquadradoartecontemporânea® no conforto do seu lar”. No

seu interior, vêem-se imagens e textos semelhantes aos que “habitavam” as paredes da galeria e àqueles que constituíam os adesivos fixados no interior dos mostruários.

As frases fixadas pelas paredes da galeria, os textos e imagens dos *displays* e dos *folders*, e, principalmente, o modo como eles foram construídos sintática e semanticamente, reiteravam o sentido de divulgação de produtos, próprio do campo da publicidade. Sabe-se, inclusive, pelo que neles estava escrito, que os objetos dispostos no interior dos *displays* - rodapés, parquetes e rejunte - era “arte” e estavam prontamente à venda. Somente eles e nada mais. No entanto, essa arte ofertada pelo *Mostruário de Arte*® não era vendida por unidade e sim, a metro quadrado. Vantagens e serviços também eram anunciados, embora apenas fossem usufruídos caso o que ali estava em oferta fosse adquirido. A assinatura (*copyleft*) *Juliana & Morgado Inc.* aparecia repetidamente por todo o espaço da galeria, colocando-se não somente como a responsável pela criação da arte ali divulgada, mas também como aquela que agenciava e comercializava o seu produto.

Mas então, o que nessa instalação é a obra? Têm-se os objetos que ficam no interior dos *displays*, postulados explicitamente pelos textos como obras, os próprios *displays*, o *folder*, e mesmo os textos fixados nas paredes do espaço da mostra. Mas, e a galeria, o circuito artístico ou, mais especificamente, o mercado de arte?

A comercialização das obras, postas à venda pela empresa, era agenciada dentro do espaço da galeria, mas não por intermédio dela. A galeria emoldurou a produção que ali se encontrava instalada, mas a instalação que ali se instaurou a transpassava. Afinal, será a obra no *Mostruário de Arte*® o que foi

divulgado por ela como tal, ou a ação de comercialização de arte instaurada por ela no e pelo espaço da galeria?

Notas

Juliana M. Horta Corrêa é graduada em artes plásticas pela Universidade Federal do Espírito Santo e mestre pelo programa de Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. É professora universitária, ministrando disciplinas em cursos nas áreas de design e arte, e produz objetos, instalações e intervenções, como artista.

¹CRIMP, Douglas. Sobre as ruínas do museu. Tradução de Fernando Santos. São Paulo: Martins Fontes, 2005. p. 115.

²Ibid. p. 124.

³Ibid. p. 124.

Referências

BENJAMIM, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: _____. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 165-196.

CRIMP, Douglas. Sobre as ruínas do museu. Tradução de Fernando Santos. São Paulo: Martins fontes, 2005.