



Carlos Augusto Ribeiro da Conceição

Koonsland

Comércio de Duplos

(5/8/97)

7.01 "19"



Dissertação de Mestrado
Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
Universidade Nova de Lisboa

Lisboa 1997

40091

Koonsland

Comércio de Duplos

Mestrado em Ciências da Comunicação
Orientação: Professor Doutor José A. Bragança de Miranda

Índice

Take -1

Take 0.....	1
-------------	---

Take 1

1. Neo-vanguarda e Mediação	
1.1. Missão crítica da vanguarda: pureza e intransigência.....	4
1.2. <i>Pop</i> americana: quando a vanguarda e <i>Kitsch</i> são o mesmo?.....	10
1.3. Neo-vanguarda: contrabando e colusão.....	17
2. Jeff Koons: representante da vanguarda mediática?.....	30
2.1. Jeff Koons: ele mesmo.....	34

Ilustrações

Take 2

1980 - "The New".....	42
1985 - "Equilibrium".....	46
1986 - "Luxury and Degradation".....	56
"Statuary".....	70
1987 - "Kiepenkerl".....	76
1988 - "Banality".....	79
1991 - "Made in Heaven".....	90
1992 - "Puppy".....	111

Take 3

3. Koons e o Afecto	
3.1. <i>Kitsch</i> : o bem-amado das massas.....	115
3.2. Vanguarda: a aposta no sublime.....	120
3.3. Koons: entre Picasso e Repin?.....	126

Bibliografia.....	141
-------------------	-----

Take -1

Perante este écran agradeço:

Agradeço a todos os professores do Mestrado de 1994-1996 a honra de ter sido um dos seus alunos.

A decisão de me inscrever no Mestrado devo-a ao meu amigo e ex-professor de Antropologia de Arte, José A. Fernandes Dias. Devo-lhe também a sugestão de alguns livros.

Agradeço ao Fernando Santos que, apetrechado dos conhecimentos informáticos, soube consertar o centro lógico e moderar as partidas intempestivas do “Jeff”. Juntamente com ele, à Sílvia e ao Tiago por me terem procurado na megalópole *internética* algum material disponível sobre Jeff Koons.

Ao Paulo e à Elizabete do Centro de Documentação do Ar.Co pela simpatia e prestabilidade de material respeitante ao *corpus* deste trabalho.

Agradeço a todos aqueles que me ajudaram a pensar – em especial, José Augusto Mourão – ou me incentivaram com o seu interesse a assumir o objecto da minha ocupação.

Agradeço a todos os livros com os quais as minhas reflexões conviveram, em encontro e desencontro como é de regra na vida. Entre vários procurei ir um pouco além do que o mero sublinhado de passagens. Não sei se os mereci. Logo saberei as consequências do ‘meu’ acto. Entretanto, não posso evitar de citar, a este propósito, uma passagem de *Metáfora do Coração e outros ensaios* de Maria Zambrano:

“Um livro, enquanto não se lê, é somente ser em potência, tão em potência como uma bomba que não estalou. E todo o livro tem de ter algo de bomba (...) Como quem lança uma bomba, o escritor arremessa fora de si (...) o segredo achado. Não sabe o efeito que vai causar, que vai seguir-se à sua revelação, nem pode dominá-lo com a sua vontade. Mas isso é um acto de fé, como pôr uma bomba ou atear fogo a uma cidade; é um acto de fé, como o lançar-se a algo cuja trajectória não é dominável por nós.”

Ao meu orientador José Augusto Bragança de Miranda estou grato pela sorte de o ter encontrado, pela sua inteligência, vivacidade e autêntica alegria.

Finalmente, àqueles a quem dedico este *acto de fé*:

Aos meus pais que nos ensinaram, a mim e às minhas irmãs, a acreditar e a resistir na luta.

À Ana Paula por me ter escutado de perto nos momentos de concepção e de elaboração deste trabalho. Ao contrário de Rousseau, posso dizer que tive a sua companhia nos meditativos passeios de bicicleta. Devo-lhe imensamente a felicidade de existir. Nestes momentos finais, devo-lhe ainda o ter revisto as provas do meu texto.

À minha filha Mariana pela paciente espera. Terminada esta tarefa voltaremos a pintar e lançar pagagaios no céu. Prometido é devido.

"It's a no-man's land that a lot of us enjoy moving around in, and the thing is not to lose your sense of humor, because it's only art." (Sherrie Levine)

"The goal is serious. The way humorous. Or sarcastic. Or a game. Everybody's life is wholly like that, when lived without external coercion." (Kurt Schwitters)

Take 0

TAKE 0

Hoje, desde os anos sessenta, vivemos a institucionalização de todas as formas de arte subversiva. O tempo é de dissuasão -- a crer nas palavras de Baudrillard. A arte subversiva é recebida em pompa nos lugares públicos de exposição. É reinvidicada no estatuto de património nacional. Em geral, arte não está mais na situação que enfrentou nas épocas pré-modernas (fundamentalmente ao serviço da Igreja e da Corte) e moderna (onde ela seria suposta sobreviver apesar da hostilidade e falta de suporte institucional). A situação conjuntural é-lhe propícia: Estado, instituições públicas e investidores privados sustentam uma cultura que, por definição, não poderia trazer a paz nem aos mecenas nem ao público em geral (para além do facto de esta colaboração incentivar a inflação). Na contemporaneidade, o desafio que se coloca à arte é, provavelmente, o de fazer coexistir a subversão com a subvenção. À circulação dos valores acrescenta-se outra característica: a da troca de papéis -- os comissários de exposições e conservadores, com poder, determinam a sua colecção, imprimem-lhe a sua personalidade, pela escolha, apresentação e *accrochage*. Obtêm uma liberdade equivalente à do artista: assinam as exposições como o artista a sua obra. Ou, são os artistas que, respondendo a esta situação, se arvoram em comissários de exposição.

Há quem proclame os seus receios quanto a um retorno a um novo academismo. Outros há que se dedicam a demonstrar o esgotamento da força negativa da arte moderna e, ainda, a apontar os sinais de degradação da arte no *Kitsch* ou no comercialismo, a degenerescência da arte vanguardista na *neo-vanguarda*. Outros, mesmo aceitando o diagnóstico, reconhecem, pelo contrário, nestes tempos, os sinais de uma pós-história para a arte e para os artistas. Colocando de lado a enumeração de outras possíveis variações do tema da "morte da arte" (nos seus três aspectos: utopia, *Kitsch* e silêncio) subscrevemos a opinião de Peter Burger num ponto: a *neo-vanguarda* não é um produto de uma traição à *vanguarda*, messiânica ou revolucionária, mas sim o produto de condições históricas diferentes das que possibilitaram as *vanguardas* históricas. De tal modo assim é que a "morte da arte" é objecto de gestão porque existe institucionalizada. A arte está mais ou menos aprisionada num duplo jogo (situação ambígua) entre instauração ou restauração das tradições e reiteração das rupturas. Inversamente a um fenómeno de polarização, o consenso disseminaria o pensamento e esta ambiguidade satisfaria as contraditórias expectativas do público.

A relação da *neo-vanguarda* com a questão da *mediação* nas sociedades modernas é aqui captada por intermédio de um dos mais exemplares representantes da *neo-vanguarda* artística. Jeff Koons é o seu

nome. Um notável da cena artística contemporânea: *Popular*, para aqueles que, mesmo desconhecendo a sua obra, o associam a Cicciolina e a tudo o que ela representa.

Folheando um catálogo ou contactando directamente com a obra deste escultor poder-se-á ter as atitudes *imediatas* e repentinas (susceptibilidades de gosto?) de fechar o livro ou desaparecer da sala de exposição censurando a falta absoluta de interesse deste objecto. Quem diz falta de interesse – não só afirma a falta de dignidade de um objecto, a ausência de características intrínsecas dignas de atenção – infere a inutilidade, impertinência, pestilência insidiosa e outros tantos pecados de um objecto enquanto objecto de estudo. Ora, *pegar* em tal matéria para objecto de dissertação é *perder o resguardo* que certas matérias possuem naturalmente. Para além da dificuldade inerente à obrigatoriedade da justificação da escolha do objecto – expressão de uma vontade de convencer o outro do seu interesse, para o fazer entrar no convívio de um objecto difícil ... – acrescenta-se uma outra que implica a *responsabilidade* de esclarecer a nossa relação com ele. Do esclarecimento desta relação deveria resultar, em princípio, a informação e a prova de não-contágio, garantia de desinfecção ou certificado da minha não-conversão – isto é, que estas palavras sejam um exercício de crítica (estética e ético-moral). Contudo, a prudência exige que perante este objecto *dia-bólico* e polémico corra os riscos de não pôr *imediatamente* em funcionamento a máquina dos dualismos fáceis. E expôr o trajecto, os traços de uma paixão difícil permanentemente oscilando entre o ódio e o fascínio amoroso. O meu papel será análogo ao do detective Dupin da “Carta Roubada” de Allan Poe. Irei à procura do segredo que esta obra encerra. Trabalho em vão? Logo se ajuizará da sua inutilidade ou do seu cumprimento dos objectivos auto-propostos. Interrogarei a forma do segredo própria ao simulacro (geralmente imperceptível, indiscernível, “igual às outras”). Ciente de que a forma melhor de vencer a vertigem é a ela nos entregarmos. Serei um leitor de anamorfoses que consoante as posições percebe figuras reconhecíveis ou, sob as explícitas, descobre outras. Como as “figuras impossíveis”, estas situações não estão menos excluídas de um regime paradoxal. Por oposição à perspectiva, a anamorfose, enquanto forma de ocultação, supondo uma opacidade inicial, reconstitui, no deslocamento do sujeito que implica (exigindo do sujeito um posicionamento oblíquo ao texto), a trajectória mental da *alegoria*.

Jeff Koons caracteriza-se por confundir a moldura, o acto de colocar a moldura e o que emoldura -- numa estrutura de “mise-en-abîme”. Curiosos efeitos se produzem já que parece relativamente impossível uma constância, uma focagem apropriada; o objecto parece falhar. Desde que se escolha um objecto como este deixamos de ter o privilégio do distanciamento daqueles que nutrem por ele uma curiosidade ambivalente

ou uma condenação demasiado reactiva e visceral -- o “isto enjoa-me”. Estamos certos, também, que desde o momento em que ultrapassamos o desprezo epidérmico, afirmamos a dignidade do estudo de tal objecto. E correr esse risco é perdermos quase a nossa cara, é arriscar sermos confundidos com o nosso objecto ou de vermos os nossos gostos e amores profundos misturados com aquilo que só por *espírito de contradição* (que luta por jogo?) escolheramos para dedicarmos a nossa inteligência, a nossa vontade, a nossa paixão, a nossa obstinação (Barthes em *Lição*, fala dela, parafraseamos, como *um manter para com e contra tudo a força de uma deriva e de uma espera; deslocar-se é conduzir-se até onde não se é esperado ou...porventura, abjurar o que se escreveu*). Tê-lo feito possibilitou-nos guardar no silêncio e na escuridão um outro objecto mais próximo do nosso gosto e amor. Expômo-nos, na posição *trivial* (Barthes, *ibidem*, *trivialis é o atributo etimológico da prostituta que espera na intersecção de três vias*) à traição mediante um tal objecto avesso permitiu assumirmos e reconhecermos a nossa fraqueza. O seu reconhecimento permitiu, esperamos, transformar o objecto da nossa fraqueza numa “mentira”; ou seja, apresentá-la como uma falta reparável, fazendo parte da nossa condição humana.

Em três partes (*takes*) se divide este trabalho:

a primeira é a cartografia de um vasto território *Koonsland*; onde se articula o problema da mediatização da arte contemporânea com o da dissolução das vanguardas. Nesta perspectiva, Jeff Koons é apresentado como o representante de uma vanguarda mediática;

na segunda parte é feita a descrição interpretativa de cada exposição individual -- blocos de obras -- de Koons;

a terceira, colocando a questão do afecto na obra de Koons estabelece a comunicação entre os tópicos pertencentes à primeira e à segunda parte.

Take 1

1. Neo-vanguarda e Mediação

1.1. Missão crítica da vanguarda: pureza e intransigência

Um momento bem sucedido da *vanguarda* foi a versão americana teorizada por Clement Greenberg no final dos anos trinta e princípios dos anos quarenta. A influência de Greenberg foi hegemónica nos anos do pós-guerra. Foi ele um dos inspiradores-promotores de um novo movimento que fez deslocar o centro artístico mundial de Paris para Nova York — o Expressionismo Abstracto. Em “Avant-Garde and Kitsch” (1939) Greenberg contribuiu no desenho de um novo enquadramento discursivo que permitiu aos artistas e intelectuais *de* ou *em* Nova York, construir uma identidade para si próprios — uma identidade simultaneamente em oposição e na extensão das tradições americanas e europeias disponíveis. Permitiu-lhes uma nova consciência do papel e da função a desempenharem enquanto vanguardistas numa época de tumulto social e de crise ideológica. Nesse texto, o modelo de *vanguarda* proposto constitui uma simplificação e uma purificação do modelo de *vanguarda* histórica (Surrealismo e Dada-ismo) -- principalmente das suas facções críticas e anárquicas¹ -- tal como foi pensado por Peter Burger no seu livro *Teoria da Vanguarda*. Além de ser a reconstituição ou a revivificação de uma certa ideia de *vanguarda* da Europa pré-holocausto, o modelo greenberguiano corresponde a uma *vanguarda* acossada pela História (Fascismo e Derrota da Revolução Russa de 1917²) que se desejava:

a) projecto de salvação da Cultura e da Arte, dos seus valores essenciais, numa defesa intransigente da qualidade e do refinamento do

¹ A facção da *vanguarda* histórica, do ponto de vista do projecto de superação da arte, contesta o aspecto esteticista da *vanguarda* porque esta confirmaria ainda o princípio burguês da autonomia da arte. Embora a *vanguarda* 'esteticista' procure escapular-se de ser a representação activa da burguesia e de lhe servir de suporte ideológico.

Clement Greenberg frequentemente demitiu como arbitrária e trivial aquelas facções da *vanguarda* histórica que erigiram uma *vanguarda* política apropriada (o produtivismo russo, por exemplo) com o fito da “destruição”, ou melhor, da transformação da instituição da arte. A transformação atingiria o aparato da produção cultural, disseminação e recepção. Esta facção colocava a facção esteticista como uma parte do problema e não como sua solução pois que teria sido a submissão da arte ao princípio da equivalência que a teria tornado instrumental e ideológica (autónoma). Foi ela que denunciou as pretensões transcendentais da obra de arte e decodificou a sua autonomia como ausência de real valor de uso. A *vanguarda* esteticista, referimo-nos também à que Greenberg propôs, respondia à necessidade burguesa de conservar os princípios do ‘valor’ e ‘qualidade’ num sistema economicamente apartado dos mesmos e culturalmente enfraquecido pelo academicismo e degradado pelo *Kitsch*.

Apesar da facção anárquica não ter destruído a arte como instituição arruinou efectivamente qualquer hipótese de colocação das normas estéticas como válidas.

² Os acontecimentos de 1935 -- “Popular Front” -- e de 1936 -- purga de intelectuais independentes e de inimigos públicos por Estaline -- marcam a derrota dos ideais da Revolução Vermelha. Cf. Fred Orton and Griselda Pollock “Avant-Gardes and Partisans Reviewed” in *Pollock And After – The critical debate*, 170.

gosto, contra a “potência” aviltante do *Kitsch*³ (contra o fascínio exercido sobre os próprios vanguardistas e que era, sempre, fascínio pela rentabilidade económica), ou seja, uma oposição à opulência do mundo do consumo reflectida pelos *mass media*, por um lado, e ao mercado da arte tornando a arte imprópria para consumo da burguesia, por outro lado;

b) a-política e distanciada da sociedade (apesar de a esta estar ligada por um “cordão umbilical de ouro”) por repúdio das políticas revolucionárias e burguesas transformando assim a provocação cultural em substituto da provocação política, sublimando ou expurgando o radicalismo político convertido em radicalismo formal;

c) modelo de perfeição ética do artista de *vanguarda* (a arte autêntica) votado à missão sisifiana de purificação da arte, de restituição de uma dimensão sublime à arte contra o reino imperante da comunicação e do consumo. Num contrato tácito com a facção iluminada da burguesia -- aquela que não parecia renunciar à ambição cultural de maneira a conduzir à autonomização da arte e eliminar dela todas as considerações políticas e institucionais da experiência estética e juízo.

Revestido de conotações políticas, estéticas e éticas, o termo “*Kitsch*”, no texto “*Avant-Garde and Kitsch*”, designa, em antagonismo ao termo “*vanguarda*”, o espectro esteticamente *cinzento* das produções da literatura (a chamada «literatura de evasão») e das artes comerciais (publicidade, desenhos animados, etc) para consumo das massas. Refere, afinal, todo o tipo de mercadorias “produzidas industrialmente altamente lucrativas” e destinadas ao entretenimento e diversão das Populações urbanas das sociedades capitalistas ocidentais. As Populações urbanas, por sua vez, arrancadas às suas raízes e cultura rurais, são facilmente atraídas ao reino *berrante* do falso e do estereótipo para, aí, se consagrarem ao consumo *imediato* e nivelador.

Por contraste, a *vanguarda* opta pela posição de resistência absoluta a todos os sinais de derrocada da ordem cultural burguesa. Assim, o projecto da *vanguarda* aparece definido pela sua natureza crítica e auto-crítica. A sua vertente crítica salda-se por uma crítica à «cultura» indiferente do falso universalizada, trans-nacionalizada ou por uma crítica à sociedade de massas. A sua vertente auto-crítica ou reflexiva resume-se a tomar como tarefa primeira a definição da «essência» de cada arte.

A dimensão ascética da *vanguarda*, patente no texto de Greenberg, decorre também de ter pugnado pela pureza e autarcia das artes -- de que o seu *Towards a Newer Laocoon* (1940) é a expressão lapidar. A

³ C. Greenberg -- “*Avant-Garde and Kitsch*” (*Partisan Review*, vol. VI, nº6, Outono, 1939) in *Pollock And After -- The critical debate*, 34-49.

necessidade de uma radical delimitação de cada campo de actividade artística no interior de fronteiras legítimas (em vez de uma interdisciplinaridade ou comércio com as outras artes)⁴ visava o enraizamento crescente de cada um deles. Procedendo de uma separação entre as artes, a área de competência de cada uma coincide com o que é único à natureza do *medium*⁵ respectivo. Na realidade, para a crítica formalista, a autarcia da arte coincide com a essência material do *medium* (do qual, na sua especificidade, cada arte deve a sua identidade) e a história fechada sobre si própria do *medium*. As artes são consideradas vocações absolutamente autónomas -- na esteira do Iluminismo que lhes dera a possibilidade de elas se salvarem dos usos instrumentais como a instrução e entretenimento -- e não necessariamente "vasos de comunicação"⁶. Como tal, no modernismo -- entendendo-o na acepção de Clement Greenberg enquanto "tendência para a auto-crítica" -- cada arte, explorando as convenções limitadas do seu *medium* e testando a validade estética das mesmas, expurga-se da "literatura"⁷ e afasta-se da representação da experiência comum. A pintura modernista, não representacional ou abstracta, exemplifica o caminho a seguir para as outras artes. A auto-referencialidade da arte é o valor fundamental da arte moderna -- a obra de arte não é redutível senão a si própria quebrando assim o imperativo ontológico da auto-expressão⁸ -- apesar de por detrás da auto-referencialidade do *medium* governar a subjectividade do artista (o gesto como caligrafia, a mão, o espírito, a originalidade, o génio, etc) emblematizada, poucos anos mais tarde, em Jackson Pollock. Contra a arte como mimesis da realidade exterior na qual a materialidade do *medium* teria de ser sacrificada, impunha-se a ênfase da opacidade do *medium* de maneira a que o juízo e a fruição estética se centrasse apenas na percepção das formas artísticas e não sobre o que nelas transparecesse. A não-representacionalidade das formas artísticas modernas vem, concerteza, aumentar a distância entre ela e o público. Mas é, de resto, a única hipótese entrevista por Greenberg para assegurar a qualidade elevada da arte. Fazer o contrário é submeter-se à mediocridade do *Kitsch* e colaborar na degradação da linguagem da tribo.

⁴ Cf. Clement Greenberg "New Laocoon"; 42 in *Pollock And After -- The critical debate*.

⁵ A noção de *medium* reporta-se em termos gerais a todas as convenções de uma determinada arte cuja definição é histórica. Para além de ser uma questão de constituintes físicos compreende o "know-how" técnico, os hábitos culturais, procedimentos e disciplinas. Cf. Thierry de Duve "The Monochrome and the Blank Canvas" in *Reconstructing Modernism: Art in New York, Paris and Montreal 1945-1964* MIT Press, London, 1990. A preocupação modernista com a pureza do *medium*; Craig Owens "The Impulse of Allegory" in *Anti-Aesthetic*.

⁶ Cf. Clement Greenberg "New Laocoon"; 41 in *Pollock And After -- The critical debate*

⁷ Clement Greenberg refere-se, com o termo "literatura" à narrativa ou conteúdo narrativo, às ideias e a qualquer espécie de tema psicológico e às lutas ideológicas da sociedade (Thierry de Duve "The Monochrome and the Blank Canvas").

⁸ Cf. Mary Kelly "Re-viewing Modernist Criticism" in Brian Wallis (ed) *Art After Modernism: Rethinking Representation* (1986) ; 82.

É ser-se cúmplice da indústria cultural, desprezando as responsabilidades estético-morais de se ser artista de *vanguarda*. É tornar-se agente da homologação, da produção maciça de simulacros/substitutos os quais, na sua inautenticidade, são neutralizantes do vivido e do carácter único do acontecimento. Na verdade, nesta posição (desesperada) não há espaço para as 'meias-tintas'; as intenções comerciais e as vanguardistas são inconciliáveis. Ainda que não se tratasse de colocar a arte autêntica como o lugar da utopia ou de acreditar na *vanguarda* -- enquanto força política que por si própria, piamente crente na força dos seus meios formais, fosse capaz de levar por diante a transformação da sociedade e do mundo -- havia, no entanto, que conservar a validade do seu impulso autêntico de crítica e de distanciamento da comunidade real (público ou massas). Havia que afastar as ilusões da equação entre radicalismo formal e radicalismo político. Ou, pelo menos, evitar que o radicalismo político fosse valorizado a expensas do radicalismo formal. Havia, sobretudo, que criar para *uma* classe dirigente (no momento em esta abandonara, estrategicamente, a cultura) uma arte autêntica, enquanto "signo aristocrático da alta-cultura", 'curada' dos sinais de infecção *Kitsch*, "signo plebeu da arte e da cultura do instante da assimilação, da equivalência face ao capital".

Mas as duas práticas, *vanguarda* e *Kitsch* ou modernismo e cultura de massas, com funções tão distintas quanto opostas, determinam a dialéctica que atravessa a cultura burguesa. Elas estabelecem dois modos distintos de resposta à falta de uma base social coerente. A cultura de massas ou *Kitsch* tende a considerar essa falta como um vazio a ser preenchido com signos substitutos (uma condição do desejo que requiere a apropriação de práticas sociais específicas em imagens-mercadorias genéricas). Enquanto factor de dominação, o *Kitsch* é o signo da opressão, da alienação e da exploração das massas insensíveis aos valores autênticos da cultura e da arte bem como às distinções entre bom e mau gostos. O seu domínio é o da falsa sensibilidade: "*Kitsch* is vicarious and faked sensations". Enquanto factor de desenraizamento, o *Kitsch*, desconhecendo quaisquer fronteiras geográficas e políticas dos países, universaliza-se, deforma a sensibilidade dos seus consumidores e degrada as culturas locais. A sua força corrói a tradição cultural madura "macaqueando-a" -- em "simulacros degradados e academizados" -- e ameaça a cultura (*Popular* ou de elite) por revestir os seus produtos de "um verniz de cultura". Clement Greenberg recenseia-lhe algumas características: o mecânico (pretensão à diferença; evitamento da dificuldade), a fórmula (opera por fórmulas; académico; feita para um mercado e um público numeroso; cultura da assimilação instantânea e de reconciliação abjecta com o quotidiano). A sua força é política porque é através dele que o ditador (o fascista, o déspota), eficazmente, entra em contacto imediato com o seu povo.

Ao invés, o modernismo-formalismo-*vanguarda* tende a transferir essa falta para a forma. A *vanguarda* teve a tarefa de, em oposição à sociedade burguesa, inventar formas culturais novas que fossem adequadas à expressão desta sociedade sem sucumbir, ao mesmo tempo, a dois perigos: nem às divisões ideológicas da dita nem à eventualidade de serem as artes a justificar estas mesmas divisões. Se a *vanguarda*⁹ foi sempre, na sua especialização e estranhamento, o signo do abandono da cultura pela classe dirigente, é também verdade que, denuncia Greenberg, ela está e esteve ligada historicamente à ordem burguesa por “um cordão umbilical de ouro”. É a facção iluminada da burguesia, que suporta financeiramente a *vanguarda* no seu “desvario” de destruição e oferece-se-lhe, enquanto sistema cultural, para objecto de negação. Aparentemente, já nessa altura, a dupla função da *vanguarda* – provocadora e preservadora – deixara de fazer sentido excepto a sua capacidade de *mediar* sub-culturas e deslocar formas proletárias. A verdade é que este posicionamento garantiu à *vanguarda* a possibilidade de apropriar-se de sub-classes e de suas sub-culturas em proveito da burguesia, nos interesses do controle social e da produção de bens de consumo. Em termos políticos, a *vanguarda* votava um papel ambíguo, contraditório, porque intermediário, aos seus artistas. O artista de *vanguarda*, tal *filho pródigo*, cumpre, pelo seu desvio crítico, a função de recondução para reciclagem das descargas sociais do capitalismo ao re-injectá-las no sistema produtivo. Cabe-lhe, por exigência histórica, o papel de preservação e de continuação dos altos padrões e valores da cultura e da arte do passado. As massas – um agregado de homens unidimensionais, alienados, cuja consciência é falsa – só conhecem uma única relação com o sistema que os escraviza: essa relação expressa-se pelo seu consentimento no desempenho do papel de fantoche ou de bôbo. Diante da cultura administrada ou afirmativa (na formulação conhecida de H. Marcuse), homogeneizante, externamente produzida e vendida como «*ready-made*» às massas, o artista cemarka-se e eleva-se acima das massas. O papel do artista da *vanguarda* definia-se, podemos deduzir, por uma vontade de pureza e intransigência absoluta.

⁹ Thomas Crow in “Modernism and Mass-Culture in the Visual Arts” in *Pollock And After --The critical debate*. Aí, a *vanguarda*, o modernismo, a tradição da *vanguarda* é definida como uma tradição que se re-inventa, renova e descobre ao identificar-se com formas de expressividade e de exposição não artísticas improvisadas por outros grupos sociais marginais a partir de mercadorias outrora desvalorizadas ou efêmeras, i.e. o modernismo assumir-se-ia continuamente envolvido com a cultura mediática e com os materiais da “low culture”. Houve a identificação de Baudelaire, Manet e impressionistas com as práticas sociais de entretenimento das massas – uma prática constante no modernismo inicial. Essas práticas eram caricaturadas ou transformadas em Arcádias abstractas. Nas colagens cubistas e dadaístas (K. Schwitters) o mundo urbano aparece por intermédio dos seus fragmentos prosseguindo na renovação agressiva da tendência deconstrutiva da *vanguarda*. No *Boogie-Woogie* de P. Mondrian e nas realizações mais recentes (pinturas, happenings, assemblages) de Johns, Rauschenberg e Warhol. Contestará esta afirmação uma outra que coloca o pós-modernismo como a fase em que as barreiras parecem dissolver-se? Talvez não, porque se existe essa tensão no modernismo, no pós-modernismo essa tensão tende a resolver-se por um abrandamento entre os ditos termos.

Ele é, tal qual guardião do espírito da *vanguarda*, o sujeito de uma prática de resistência ora às pretensões economicistas da indústria e às pretensões homogeneizantes das sociedades capitalistas (contra as pretensões de controle social em proveito da classe dominante) ora contra a tendência de morte da arte no *Kitsch* ou no academismo (contra uma arte como comunicação).

Invocamos, de passagem, a proximidade que a crítica de Adorno à sociedade de massas tem com as críticas dirigidas à mesma sociedade por Clement Greenberg -- e sem desejarmos ir para além de uma simples intenção de uma aproximação genérica -- nomeadamente, na defesa de uma prática artística auto-crítica, auto-referencial e distanciada ou no seu tom pessimista, provavelmente, excessivo, face ao diagnóstico de uma nova realidade, em vias de realização, constituída em ameaça da cultura e dos valores humanos¹⁰. As novas condições de reprodutibilidade tidas por inconciliáveis com as exigências (de criatividade, originalidade, por exemplo) indispensáveis da arte, a rapidez da difusão das mensagens nos meios de comunicação pareciam constituir um factor de obsolescência, de banalização das imagens. Os *mass media* pareciam ir no sentido da exigência de mensagens já banalizadas portanto sem a radicalidade necessária a uma obra de arte. Face à homologação, à inautenticidade e à unidimensionalidade do homem moderno, a *vanguarda* constituiu-se na sua dimensão messiânica. A *dramatização* permitiu criar um fosso, uma fronteira em relação à qual se tornava possível avaliar, julgar e identificar quais as cópias/simulacros em circulação no domínio global da produção cultural de modo a bloquear-lhes o caminho de usurpação dos originais¹¹.

Embora o diagnóstico das condições históricas seja válido, esta crítica, geralmente, ao tender para a demasiada ênfase do processo de dominação¹² e, por conseguinte, para a desvalorização da resistência e fuga quotidianas, esquecia que a cultura não funciona desta maneira nem nenhum povo se comporta rigorosamente como as massas. Na sociedade

¹⁰ Outros autores poderiam, também, ser evocados: os de "esquerda", à qual pertenceria o próprio Greenberg, tais como Irving Howe e Dwight MacDonald; e os de "direita" como José Ortega y Gasset e T. S. Eliot. A classificação dos autores referidos é retirada de *High And Low*: 213, nota 4).

¹¹ Adorno refere-se ao *Kitsch*, a promessa da cultura de massas, como "mockery of desire". Greenberg traduziu a oposição entre a Alta Cultura e a Baixa Cultura por uma oposição entre modernismo e cultura de massas.

¹² Uma dominação férrea: "Capitalist production so confines them (consumers), body and soul, that they fall helpless victims to what is offered them." (*Dialectic of Enlightenment*: 133). Esta constatação apoia, por seu turno, uma crítica aos dominados. Uma crítica ou uma "queixa" de acordo com as palavras de Walter Benjamin: "Como se vê, no fundo, trata-se da velha queixa de que as massas procuram *diversão* mas que a arte exige *recolhimento* por parte do observador." (Walter Benjamin -- "A Obra de Arte na Era da Reprodutibilidade Técnica": 108-109). O sublinhado é nosso.

Perspectivas como a de Michel Certeau ou John Fisk etc. são completamente contrárias a prognósticos de *desertificação* nas formas produzidas em massa. Foram para além de mais matéria de interesse e fascínio para os pós-modernistas (Frederic Jameson, *The Logic Of Late Capitalism*: 2). Nos primeiros, os estudos sobre os usos das representações e comportamentos veiculados *mass mediaticamente* levaram a não desprezar a inteligência e a astúcia dos dominados -- caracterizados como alienados e idiotas.

da comunicação a realidade é muito mais matizada. Há nela lugar tanto para a generalização da massificação niveladora, os erros do totalitarismo, a manipulação do consenso quanto para a mobilidade e superficialidade da experiência. A superficialidade da experiência fazer-se-ia acompanhar de um enfraquecimento da noção de realidade. Todavia, é, também, verdadeiro um consequente enfraquecimento de toda a coacção. Poderíamos acrescentar, como parênteses, que se trata não de um total desaparecimento de toda a coacção mas sim de uma sua dissolução dissuasiva.

1.2. *Pop americana: quando a vanguarda e Kitsch são o mesmo?*

A posição estética-ética e cultural de Clement Greenberg *vis-à-vis* a cultura de massas ou *Kitsch* (“Popular music, magazine illustration and academic art” e, talvez, a televisão) no texto referido em 1.1 foi suscitada por um interesse pela sociedade (no seu todo) em relação com a arte, entendendo-as, ambas, enquanto elementos de uma cultura actual. Esse posicionamento em relação à cultura, não só limitado ao plano da estética, foi alterado com o seu ensaio “Modernist Painting” (1961). De “Avant-garde and *Kitsch*” a “Modernist Painting” Greenberg parece ter perdido qualquer interesse pela cultura no seu todo deixando de se referir à ‘cultura de massas’.

“Avant-garde and *Kitsch*” reflectiria um “trotskismo eliotiano” -- “Eliotic Trotskysm” na expressão cunhada por T.J. Clark¹³ -- e teria contribuído como crítica cultural, de forma consistente, para o debate socialista em Nova Iorque, com uma dimensão histórica importante relacionada com o desenvolvimento e consequências de um capitalismo industrial¹⁴.

Em “Modernist Painting” Greenberg propõe a especialização para os artistas e para si no que se refere aos seus interesses¹⁵. Na realidade, após a Segunda Guerra Mundial, Clement Greenberg torna-se um crítico profissional pelo que tinha de se preocupar mais com a arte do que com a cultura no seu todo ou com a natureza da cultura de massas¹⁶. A transformação de Greenberg da crítica social em direcção a uma

¹³ No seu texto “Clement Greenberg’s theory of art” in *Pollock And After --The critical debate*.

¹⁴ Jonathan Harris “Modernism and Culture in the USA, 1930-1960” in *Modernism in Dispute*: 55.

¹⁵ A série de abandonos, destruições ou desconstruções de convenções pictóricas que Clement Greenberg descreve como formando a História da Pintura Modernista deixaram de ser apresentadas como subversões ou revoltas; são, por ele, apresentadas como o estabelecimento de uma área de competência segura. A mesma afirmação ontológica da pintura como sendo definida pelas suas necessidades ou condições materiais, mínimas, formais que excluem qualquer conteúdo simbólico.

¹⁶ Conceitos como *cultura de massas*, *massas*, e argumentos a propósito da cultura de massas foram tentativas para compreender uma realidade e consequências sociais dos padrões de produção e consumo. As ideias de *produção social* e *individual* necessitam de ser re-avaliados, também, porque eles envolvem discriminações e valores pré-formados sobre o tipo de *media*, condições de produção e relações sociais de consumo.

especialização na crítica da arte pode ser visto como o produto de pressões grandes e de limites activos no contexto do McCartismo e da política da Guerra Fria. A crítica modernista elaborada por Greenberg e os seus seguidores nos anos cinquenta e sessenta tornaram-se uma prática crescentemente apropriada, institucionalizada e “oficial”, com efeito cúmplice na representação ideológica de uma arte americana abstracta. Na introdução de Alfred Barr no catálogo da “New American Painting”, organizada pelo MOMA em Nova Iorque, 1959, as pinturas do Expressionismo Abstracto são retratadas como “autótomos” de determinações da vida económica e política da Guerra Fria e, ao mesmo tempo, simbolizando uma liberdade simbólica, de uma prática cultural criativa, como característica de uma “América Livre” contra a ameaça da URSS sobre as democracias capitalistas ocidentais¹⁷.

Mas a *Pop* e com ela outros *ismos* viriam complexificar o panorama artístico e relançar, em contra-corrente, o debate polémico sobre a relação *empática* da arte com o sistema visual da cultura de massas.

É com a *Pop* que verdadeiramente se assiste a um entrecruzamento com os *mass media* e com o mercado— principalmente pela figura emblemática da *Pop* americana: Andy Warhol. Assistindo ao sucesso comercial e à academização do Expressionismo Abstracto, no final dos anos cinquenta, a *Pop* americana inicia sobre aquele a desconstrução das suas categorias humanistas — às quais pertence o cliché tardamente romântico do artista — a desconstrução das suas convenções e dos seus códigos. Estrategicamente, a *Pop* americana, ao ter introduzido processos materiais, séries e ideias em substituição de uma arte exclusivamente fundada na auto-expressão de um sujeito monádico, viria contribuir para o começo do fim da hegemonia do modernismo¹⁸. A teoria e crítica

¹⁷ Laurie J. Monahan “Cultural Cartography: American Designs at the 1964 Venice Biennale” in *Reconstructing Modernism: Art in New York, Paris and Montreal 1945-1964* MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, England 1990. Eva Cockcroft “Abstract Expressionism -- Weapon of the Cold War”; Max Kozloff “American Painting During The Cold War”; Fred Orton e Griselda Pollock “Avant-gardes and Partisans Reviewed”; David and Cecile Schapiro “Abstract Expressionism -- Politics of A-Political?” in *Pollock And After – The Critical Debate*.

¹⁸ Modernidade: um projecto utópico global. Modernismo artístico: uma consequência tardia da modernidade. Não consideramos o sentido negativo que o conceito “pós-modernismo” possa ter por relação ao outro conceito “modernismo”. Na teoria de Frederic Jameson, o conceito periodiza e correlaciona a emergência de um novo tipo de vida social (designada pelos termos modernização, pós-industrial, sociedade de consumo, sociedade mediática ou do espectáculo, ou capitalismo multinacional) com novas características formais na cultura. Os anos sessenta são por este teórico considerados um período de transição chave no qual uma nova ordem internacional (neo-colonialismo, a Revolução Verde, a informação electrónica e a computadorização) se instala e é abalada por contradições internas e pela resistência interna. Dois modos pelo qual o pós-modernismo expressaria a verdade profunda da nova ordem social emergente do capitalismo tardio: o pastiche e a esquizofrenia. (F. Jameson *Postmodernism and Consumer Society*: 112-113)

Há ainda que contar com a diferença entre ‘modernismo’ e ‘modernização’. Modernização: progresso industrial, racionalização, re-organização da produção e administração ao longo de linhas mais eficientes, electricidade, linha de montagem, democracia parlamentar, etc. A relação entre/do modernismo(s) e/para modernização é umas vezes pacífica e outras agressiva; umas vezes replicando

formalistas -- a ideologia extraída dos escritos ensaísticos de Greenberg e de Michael Fried -- esta ou aquela tendência dominante do modernismo culto¹⁹ que conquistara a universidade os museus, as galerias de arte e as fundações são abaladas profundamente.

Aproveitando-se da dominação do mercado sobre a arte, a *Pop* americana enceta a comercialização *explícita* de si, ao antecipar e explorar a sua própria recuperação pelos mecanismos do mercado. E a deixa de transportar uma crítica ao mercado e aos *mass media*. E, não se atribui um papel de transformação do mundo.

A sociedade americana, durante os anos sessenta, no auge do seu «sonho», toma consciência de viver sob a influência -- modeladora -- dos *mass media*. A sociedade industrial-mecânica atinge a sua fase máxima de desenvolvimento económico. São os chamados anos do "boom" quando a sociedade de consumo vê os seus mercados inundados de mercadorias a baixo-custo, num substancial nivelamento "*Popular*" dos gostos e do padrão de produção e qualidade dos próprios objectos. A par de um crescimento sem precedentes dos *mass media* (sobretudo, a televisão) surge um interesse crescente pelo domínio da comunicação (o próprio McLuhan tornou-se o *guru* na cena artística da *Pop* dos anos sessenta). Nessa altura, nos Estados Unidos, verifica-se a criação de colecções de arte moderna, a criação de museus ou a sua ampliação; a criação de centros comunitários de arte e de outras instituições artísticas; institui-se a subvenção das actividades artísticas (National Endowment for the Arts). O *boom* económico, a que já nos referimos, aliado ao reconhecimento exterior da superioridade da arte americana, intensificaram o mercado e o coleccionismo artísticos. Aparentemente, a distância abismal entre a arte de *vanguarda* e a audiência teria sido encurtada.

Houve uma clara melhoria da vida social e económica dos artistas. Terá contribuído para que eles deixassem de se sentirem alienados da sociedade. A arte deixando de ser considerada uma actividade marginal, abre ao artista uma possibilidade de se desembaraçar da imagem romântica em que fora empacotado. A "mística da alienação" ou a do "bode expiatório" da sociedade perdia cotação²⁰. Nos anos sessenta, o ser artista

os seus valores e tendências através da insistência formal na novidade, inovação, transformação de velhas formas, iconoclasmo terapêutico e o processar das novas (estéticas) maravilhas: da tecnologia como também os vários modernismos constituíram violentas reacções contra a modernização. Apesar de ser provável que a reacção agressiva dos modernismos não fosse tanto contra as tecnologias, alguns como o futurismo até as celebraram, mas contra o mercado. Enquanto as várias versões do pós-modernismo partilhavam a celebração do mercado.

Para não mencionarmos Hal Foster "Re-Post" no qual o termo é sinónimo de pluralismo e de não-modernismo.

Existe ainda o sentido de pós-modernidade como sociedade da comunicação generalizada proposto por Vattimo em *Sociedade Transparente* do qual dependemos para estabelecer neste capítulo as relações por nós intencionadas.

¹⁹ Com as noções kantianas tais como: "génio", "originalidade", "expressão" e "gosto".

²⁰ Durante os anos sessenta: "The entire basis of art is being transformed (...) Instead of being, as it used to be, an activity of rebellion, despair or self-indulgence on the fringe of society, art is being

passou a ser encarado como uma carreira semelhante a qualquer outra²¹. A máquina – críticos, dealers, museus, coleccionadores e *mass media* – estava bem oleada. Alimentada e alimentando uma ânsia do novo e da mudança sentida por um público cultivado e pela voracidade de novos-ricos coleccionadores – alguns verdadeiros caçadores-de-talento – essa máquina fez do mundo da arte um mundo do sucesso. O sucesso passa efectivamente a ser o valor supremo. Diríamos mais: o sucesso, para os artistas, deixa de ser um acidente para ser um incidente desejado e preparado.

A promiscuidade dos museus com o mercado e com os *mass media* (publicidade, televisão e moda) – onde o que era novidade vendia sempre bem – causaram esta transformação do mundo da arte confundido com a sua dimensão mundana. A publicidade tendia a confundir-se com respeitabilidade. Inaugurações em galerias e museus, festas sociais, jantares e bailes de beneficência tornaram-se acontecimentos sociais *in*. Alguns directores de museus e *curators* – como alguns artistas – ter-se-iam tornado celebridades mediáticas (Henry Geldzahler) em circulação no “jet-set”.

A exploração deste ambiente mediático, nos seus aspectos sociológicos, psicológicos e mitológicos, terá sido uma das tarefas da *Pop Art*. A *Pop Art* obtém um sucesso retumbante, quase imediato, a nível mediático quanto a nível museológico e comercial. Uma das causas, para além das já enunciadas, terá residido na impressão de nela se abolir as fronteiras entre a arte de elite e a *Popular-urbana* ou de massas (contra-cultura). A aparência de *imedaticidade* lançada pela *Pop* difere da desejada pelo Expressionismo Abstracto; ela substitui a *imedaticidade* do acto de pintar por uma outra: a do ‘imaginário’. A arte *Pop* propôs uma estética da imanência, do apagamento da expressão, do sentimento e da personalidade. A eleição da imagística do ambiente visual americano, da celebração do presente e do *american way of life* parecia inaugurar o começo de reconciliação da arte moderna com o público como quem diz com a sociedade de consumo. Reconciliação, para uns, para outros como Greenberg, a *Pop* foi a rendição ao *Kitsch*, a rendição ao espírito do mercado; o suicídio da arte e da cultura. Sendo a última das experiências da Modernidade, a Arte *Pop*, juntando os extremos *vanguarda* e *Kitsch*,

normalized as a professional activity within society. For the first time, the art formerly called vanguard has been accepted *en masse* and its ideals of innovation, experiment, dissent, have been institutionalized and made official.” (Harold Rosenberg citado in Irving Sandler *American Art Of The 1960s*: nota 51; 103).

²¹ As próprias universidades americanas tornaram-se para os artistas contemporâneos: em focos de difusão e arena de discussão de ideias, atitudes e estéticas afins de Nova York. Os candidatos a artistas seriam incentivados a formarem os seus pontos de vista que desafiasssem ou contribuíssem para mudar o curso da arte. Uma delas, a mais prestigiada, a Yale, nos anos sessenta teria, pela direcção de Jack Twookov substituindo Joseph Albers, desbravado este caminho de aproximação do mundo artístico nova-iorquino.

“inaugura” a Pós-Modernidade. E, nessa óptica, ela concluiria a aventura das *vanguardas* internacionais do século XX. Um dos traços de distinção entre a Modernidade e a Pós-Modernidade²² residiria no seguinte: em lugar de querer democratizar a arte de elite, o pós-modernismo²³ procuraria legitimar a cultura *Popular*.

Com a *Pop* encena-se a quebra da tensão ou a equivalência entre Modernismo/Cultura e Cultura de massas ou entre estética e produtos de massa. Pensemos em obras tais como as de R. Rauschenberg nas quais tem lugar uma equivalência entre as imagens escolhidas dos *mass media* ou da realidade quotidiana e as imagens da cultura, estabelecendo-se essa equivalência *mediante* o uso de processos mecânicos de reprodução os quais constroem um plano comum, ambíguo²⁴ para ambas os tipos de imagens. Enquanto, em Robert Rauschenberg, as imagens são *mediadas* pelo processo de “photo-silkscreen”, no caso das colagens do dadaísta berlinense, Kurt Schwitters, – precursor na exploração da inter-especificidade das artes – havia uma polarização entre o “high” e “low”, uma descontinuidade entre a natureza física dos materiais. Rauschenberg, ao invés, colocará a sua obra sob o princípio da equivalência operando no intervalo entre a vida e arte o que fará desaparecer as referidas polarizações desaparecidas por intermédio de técnicas de reprodução técnica. A arte, para ele, deveria operar como a extensão do mundo procedendo a uma justaposição de elementos que enriqueceria a percepção da vida do observador.

Se em Rauschenberg presenciamos a passagem do específico para o genérico – um dos sintomas maiores da arte após a Segunda Guerra Mundial conforme Thierry de Duve²⁵ – então na *Pop* e na *minimal* temos a ordem do genérico. A fotografia integrada pela *Pop*, em Rauschenberg e Warhol – para citar alguns exemplos frutíferos – veio a ser um instrumento da indistinção entre a arte e a não-arte; foi ela a “arma” da destruição da pureza do *medium* (exigida pela pintura modernista) e fez a arte se encaminhar para uma progressiva hibridez ou impureza. A fotografia foi, ainda, o instrumento ou meio pelo qual os vários objectos que o museu quer sistematizar o re-invadissem enquanto heterogeneidade pura. Esta jogada coloca não só a questão da extinção do modo de produção tradicional como também questiona as reivindicações de autenticidade de acordo com as quais o museu determinou o seu corpo de objectos e o seu

²² O sentido do termo ‘pós-moderno’ é utilizado por Vattimo para designar o facto de vivermos numa sociedade da comunicação generalizada, a sociedade dos *mass media*.

²³ Vários exemplos do pós-modernismo artístico: foto-realismo, Andy Warhol, Cage ou Robert Venturi em “Learning from Las Vegas” -- obra em que nega o modernismo arquitectónico enquanto arquitectura de elite, inadaptada, em favor de uma arquitectura sem arquitecto, ou com arquitecto bastante discreto que é mais um manipulador de linguagens da sociedade de consumo.

²⁴ O conceito de “Flatbed” é apresentado por Leo Steinberg in *Other Criteria* (1972) cujo excerto tivemos acesso mediante a antologia *Art in Theory 1900-1990*: 949-953.

²⁵ Thierry de Duve *The Monochrome and the Blank Canvas*, p.304, nota 12.

campo de conhecimento²⁶. A utilização da fotografia, ou os meios de reprodução mecânica (e, hoje em dia, a ampliação das capacidades de reprodução nos meios electrónicos) pela Arte *Pop* permitiram, juntamente com a adopção de materiais, técnicas e processos industriais (incorporando a divisão do trabalho) pela Arte Minimal, sem qualquer passado na arte, a passagem de uma arte específica (com os resíduos das suas tradições) ou inter-específica, de uma arte da montagem de fragmentos, imagens e processos para uma arte genérica feita de incorporação dos elementos. Incorporação – e já não incrustação – de elementos quaisquer que eles sejam; vindos da tradição da pintura via a reprodução técnica desses elementos (imagens) ou vindos do ambiente visual produzido industrialmente²⁷. A arte dos anos sessenta veria, de resto, não somente a emergência da fotografia como meio de representação – nos casos do fotorealismo pictórico ou escultórico – mas em todas as formas de arte dependentes da documentação – “land-art”, “body-art”, “story art”, “video” – sobretudo, a fotografia em combinação com os termos explícitos do índice²⁸.

A *Pop* americana assumiu radicalmente as consequências da aparição de novos meios técnicos sobre as formas da arte. A *cópia*²⁹, ostracizada da arte como *Kitsch* por Clement Greenberg, retornou. A Arte *Pop* toma o lugar da máquina. Sobre a Arte *Pop* insinua-se as potencialidades da simulação e o prestígio da *Disneylandia*. A arte parece indistinguir-se da publicidade e do marketing³⁰. Desde os anos sessenta,

²⁶ D. Crimp, *On The Museum's Ruins*: 134.

²⁷ Pela sua condição indexical, a fotografia é comparada com o *ready-made*. Este paralelo estabeleceu-se pelo seu processo de produção afim ao do *ready-made*. Este processo equivale ao papel do “shifter” na linguagem verbal/não verbal (Rosalind Krauss “Notes on the Index – Part 1”).

²⁸ Rosalind Krauss “Notes on the Index – Part 1”.

²⁹ A este propósito, sobre a relação da cópia com o original na modernidade – para a qual o mito da originalidade fazia sentido – Rosalind Krauss in *Originality of Avantgarde* detecta uma dinâmica não exclusiva entre cada um dos termos.

³⁰ A arte *Pop* interessou-se, assim, pela tomada de temas e técnicas da arte comercial – de programas de televisão e anúncios, embalagem, banda desenhada, painéis publicitários, filmes, revistas e publicidade. A arte *Pop* caracterizou-se pela obsessão pelo objecto e pela sua representação literal, mecânica (por uma representação factual das coisas) guiada por uma sensibilidade fria, ou objectividade fria que leva a transformar minimamente as imagens excepto as suas dimensões e *media*; caracterizou-se, ainda, pelo culto do novo-em-folha; por uma ênfase no estilo da representação (coincidente ou mais ou menos baseado no vocabulário visual dos produtos de massa) e não somente ao objecto de referência (clichés fantasmáticos, desrealizados mais do que referenciais); pela reprodução quer dos objectos quer das imagens, ou dos objectos transformados em imagens (da materialidade do código; as tramas na pintura de Roy Lichtenstein).

A paródia do Expressionismo Abstracto operada pela *Pop* foi um instrumento de desconstrução das ideias vigentes – do que é ou sobre o que fazer arte, das ideias correntes de criatividade e espontaneidade improvisacional do Expressionismo Abstracto. Trata-se de mostrar ainda em que pontos a crítica elaborada pela *Pop* ao movimento que lhe antecedeu não constituiu também uma boa maneira de o prolongar (paradoxal, com certeza!) e porque não uma boa maneira de manter a hegemonia americana no plano cultural. Não esquecer que a perspectiva daqueles que apreciando a *Pop* a defenderam na base da alta qualidade das suas produções, o fizeram sob um ponto de vista ortodoxo (High & Low: 206). A possibilidade crítica da vanguarda parece dar indícios de exaustão no momento da *Pop* e a sua radicalidade de métodos não esconde no entanto o facto de as bombas terem

os fios genealógicos com o *Dada-ísmo* levam a que a maior parte das obras contemporâneas atribuam um valor às qualidades estéticas estranhas à arte tradicional e à arte moderna (do Impressionismo até ao Surrealismo e Abstraccionismo Abstracto). A arte situa-se de preferência na fronteira da não-arte, i.e. na zona de indistinção entre o juízo (contraditório) "Isto é Arte" e/ou o "Isto não é arte". A apropriação da realidade não-estética para fins artísticos-estéticos -- das formas e materiais despersonalizados ou da idiosincrasia pessoal (Beuys-gordura e feltro, por exemplo), desaparecendo, pelo caminho, a noção de "acabamento" e revelando-se a satisfação estética como da ordem da apropriação, da integração de realidades esteticamente mais recalcitrantes ao domínio da arte -- implica, como já se está a ver, uma desrealização de objectos triviais, uma estetização do mundo.

A *Pop* introduz a fotografia, a publicidade e a pornografia -- odiadas pelas *vanguardas* puristas -- e recupera o *Kitsch* no "*camp*"³¹. Ela segue uma estratégia de inversão dos valores que se expressa perfeitamente no "queima o que adoras e adora o que queimastes". Dito que é outro modo de se dizer a morte da arte. Roland Barthes afirmaria a seu propósito:

"a cultura *Popular* do tempo está na *Pop* da altura como uma força revolucionária que contesta a arte e por outro lado a arte está nela presente como uma força muito antiga que retrocede, irresistivelmente na economia das sociedades."³²

A radicalidade *sacrílega* da *Pop* foi, no entanto, ambígua. O seu envolvimento ambíguo e cínico com o mercado e as instituições da arte (a «colusão» segundo as palavras de Baudrillard) colocou os seus cultores numa oscilação entre a tarefa crítica da vanguarda e a sedução do mercado. Na *Pop* acontece a superação ou o "esquecimento da crítica" -- a crítica estava demasiado presa à lógica da exclusão recíproca? Ela constituiu uma operação simultânea de integração e da distanciação por relação à chamada sociedade de consumo ou reino do simulacro.

Face às novas novas condições, os artistas, como Andy Warhol, encetam um *contrabando* generalizado que desfigurou progressivamente, juntamente com outros factores, as fronteiras anteriormente traçadas pelo modernismo levando às últimas consequências a espiral da radicalização

explodido nas próprias mãos (dos mais ingénuos). Cf. Mary Kelly "Reviewing Modernist Criticism" in Brian Wallis (ed) *Art After Modernism: Rethinking Representation* (1986).

³¹ Palavra antes conhecida nos meios homossexuais passou a designar "a arte que consciente ou inconscientemente é séria sobre assuntos frívolos e frívola sobre assuntos sérios". É Susan Sontag que em 1964 dá conta desse impulso de inversão, corrosiva, que vindo desdramatizar o acessório, o secundário, operando segundo a transferência ou o deslocamento do importante (daquilo que tem valor, dos valores instituídos, destruindo qualquer pretensão de ponderação e de superioridade indiscutível de padrões sociais, éticos, morais, políticos, estéticos, sexuais, de bom-senso ou de bom-gosto) se constituía em paródia interminável de modo tal a permitir uma ampliação dos limites da arte. 'Camp' designava ainda aquilo que conferia uma maior ênfase no estilo do que no conteúdo e era caracterizado por um gosto desmedido, deslocado, pelo artificial, pelo exagero (caricatural) e pelo não natural.

³² Roland Barthes, *O Óbvio e o Obtuso*: 169.

estética³³. É o primeiro artista a *descer do cimo* para fundir arte, comércio e publicidade destruindo de uma só vez o mito da santidade do artista indiferente ao dinheiro e aos valores burgueses em favor de outro mito (?): “Art as business. Business as art”. O cinismo inerente a esta afirmação não nos pode, todavia, fazer esquecer a lucidez quanto à hipotética eficácia política da arte e de quanto as suas obras nos revelam uma consciência aguda dos tempos. Uma consciência que mistura a atitude de cepticismo e passividade com uma sensibilidade perversa às astúcias do consumo e produção de imagens que leva sempre, Warhol, a uma criteriosa e inteligente escolha dos ídolos mais representativos, das imagens mais trágicas filtradas por uma superfície alucinatória, psicadélica. Andy Warhol foi, por isso mesmo, a figura tutelar para os anos oitenta – numa época obsecada com os aspectos da promoção da obra e do artista. Jeff Koons, ao cruzar a arte e a publicidade, é o protótipo bem sucedido dessa tendência e o sintoma dessa celebração ‘pós-moderna’ do mercado que tem tudo a ver com o fascínio de nele se viver a ilusão da novidade sem fim, uma exacerbação do valor no vazio.

Para finalizar as palavras escritas por Andy Warhol citadas por Irving Sandler³⁴ elucidam estas questões e além disso resumem bem as condições aporéticas de um artista contemporâneo:

“in the counter-culture, there were two kinds of people, those who aspired sucess and those who wanted to remain underground.” (...) “The way to be counterculture and have mass commercial sucess was to say and do racial things in a conservative format. Like have a well-choreographed, well-scored, anti-Establishment “hippie be-in” in a well-ventilated, well-located theater. Or like McLuhan had done -- write a book saying books were obsolete.”

1.3. Neo-vanguarda: contrabando e colusão

Desde meados do século XIX, a tradição moderna, e as *vanguardas* históricas do começo do século XX reagiram contra a exclusão da arte em relação à vida moderna: contra a religião da arte (autonomia da arte pela arte) qualificada de burguesa porque sacraliza o génio e venera a originalidade na produção do objecto único, autónomo e eterno... só que esta tradição não reuniu a cultura de massas e a cultura *Popular*. Isolou-se

³³ De nomear os movimentos de redução formal seguida pelo Minimalismo e Conceptualismo que conduziram durante os anos sessenta ao desvio das preocupações da arte; deslocação do interesse pela objectualidade pelo de uma desmaterialização. Esclarecer e aumentar a informação com Didi-Huberman a propósito do minimalismo e os seus interesses por uma fenomenologia da percepção, da relação entre o objecto e o seu contexto institucional em vez das relações internas do objecto, pela utilização de materiais e processos industriais de trabalho sem ‘passado’ na arte e que vêm questionar as hierarquias entre processos manuais e processos industriais (também executada por Warhol), as ideias de autoria e originalidade etc. Ver ainda a colectânea sobre Arte Minimal. Algumas das características gerais da *Pop* se reflectem na minimal.

³⁴ *American Art of the 1960s*: 104, nota 72.

no meio elitista e confinado dos museus e das universidades, da crítica e das galerias. A tradição moderna entretanto não aboliu a distinção cultural e artística expressa na dialéctica entre “High and Low”, ou seja, entre a arte da elite e arte de massas; entre grande e baixa arte ou entre formalismo e *Kitsch*. Como vimos da análise do texto de Clement Greenberg no ponto 1.1. a intenção é da segregação e a da progressiva purificação das artes que depende desta divisão.

Após a segunda Guerra Mundial, a *vanguarda* tentou obter vantagem económica sobre o mercado de arte e vantagem de benefício público. O caminho para a sua integração/recuperação estava aberto³⁵. A vanguarda institucionalizando-se transformou-se em *neo-vanguarda* ou *pós-vanguarda*³⁶.

Os meios de institucionalização da *vanguarda* actuam em diferentes frentes:

³⁵ Talvez fosse bom referir os estudos de relação entre o expansionismo americano e o Expressionismo Abstracto e toda a arte americana; os americanos têm ou tinham a consciência do valor estratégico e geopolítico das actividades culturais. Até que ponto a consciência desta conjuntura não terá servido uma atitude de *colusão*, tão lúcida como despudorada, da parte de artistas como Andy Warhol? Até que ponto a percepção destas condições não terá movido a arte a afirmar a sua função social na sociedade democrática americana?

Faltaria ainda ver em que medida a noção de colusão avançada por Baudrillard à arte *Pop* significará a integração estrutural desse tipo de arte ou se quer, sobretudo, referir uma arte dividida entre a dita integração e o terrorismo crítico (ideológico). Entretanto, Baudrillard adverte-nos de que a crítica e a exaltação incondicional do consumo (como por vezes se reduz a *Pop*) encontram-se na mesma mistificação. A crítica do consumo se esquecerá de que a ideologia não reside só no conteúdo mas na forma; “a ideologia é uma paixão do código”. A exaltação do consumo cai no mesmo erro. O consumo define o estádio em que a mercadoria é imediatamente produzida como signo e os signos (a cultura) como mercadoria.

³⁶ No mesmo sentido que Peter Burger, Octavio Paz afirma em *A Chama Dupla – Amor e Erotismo*, na página 109, sobre o período após a Segunda Guerra até hoje, período que vivemos o seu tempo final, como um período em que “O anjo rebelde, Lúcifer, abandonou o século”. Lúcifer, para os Antigos, representante do planeta Vénus, o astro da alvorada, ou jovem portador de um archote – Lúcifer (Lux, lucis: Luz + Ferre: levar) – teria sido desde o século XVIII o emblema ambíguo de dois períodos ou manhãs da modernidade (1ª Hegel e sua geração, iniciada na Revolução Francesa e termina cinquenta anos depois; 2ª despertar científico e artístico que precede a primeira guerra mundial e termina no estalar da segunda). Em termos artísticos saldou-se por mudanças de forma, orientação e o próprio sentido das obras atingindo os vários géneros literários e inter-influência entre as técnicas do cinema e as várias artes e literatura. O nosso tempo não sendo estéril é, no entanto, vítima e deficitário de uma voz própria, de um grande movimento estético ou poético ao ser uma acumulação de *revivals*, “uma labareda que pouco dura” e, por outro lado, “a produção artística tem sido prejudicada gravemente pelas pragas do mercantilismo, do lucro e da publicidade.” Vivemos e temos «obras crepusculares» que não constituíam revelações originais e muitas das vezes representariam “algo muito diferente e até contrário das da primeira metade do século” (O. Paz: 110).

A *neo-vanguarda* realiza, assim, por completo a separação da arte da praxis vital. O efeito social da obra já não depende da consciência que o artista possua da sua obra mas sim do status dos seus produtos (enquanto super-signos). Terá valido, pelo menos, a *vanguarda* ter mostrado a arte como instituição e de ter descoberto o seu princípio na (relativa) descontinuidade da arte na sociedade burguesa. Assim, toda a arte pós-vanguardista terá que ajustar-se a este facto: dar-se por satisfeita com o status de autonomia já que não pode (sem renunciar à pretensão de verdade da arte) negar o status de autonomia e acreditar na possibilidade de um efeito político imediato como nos adverte Burger. O meio pelo qual os vanguardistas esperavam alcançar a superação da obra de arte obteve com o tempo o status de obra de arte, pelo que a sua aplicação não pode ser veiculada de forma legítima à pretensão da *vanguarda* histórica. O status da autonomia, apesar de não excluir absolutamente uma atitude política nos artistas, restringe, no entanto, a possibilidade do seu efeito.

a) através do esforço pedagógico dos museus, a relação entre a arte contemporânea e o público modifica-se radicalmente. O público é aliciado a «tomar-o-gosto» às provocações e a conhecer os fenómenos de ruptura da arte moderna. A solicitação crescente do público deixa de ser, de certo modo, ocultada ou ignorada pelos artistas vanguardistas.

b) através dos *mass media* – a publicidade ou moda -- ora pela integração ou apropriação citacional das linguagens artísticas modernas ou pelo fascínio provocado pela arte *Pop* (e não só) sobre eles ao reproduzir as imagens banalizadas, ora por um aproveitamento sensacionalista de determinadas propostas. Eles agiram como um meio de divulgação ou de reforço (dos preconceitos contra a) da arte moderna.

c) através do domínio influente do mercado sobre a arte assiste-se a uma aceleração dos *ismos*, relacionável também com a sua crescente *mediatização*. Interligados em redes complexas estes três 'protagonistas' foram factores (não-exclusivos) de institucionalização da arte de *vanguarda*.

A institucionalização da *vanguarda* trouxe a revalorização dos seus 'movimentos'. Acontece que essa revalorização trouxe a negação e a substituição das genuínas intenções e meios vanguardistas no que diz respeito à possibilidade de uma crítica e superação da instituição social da arte e da divisão arte e vida. Trouxe ainda a restauração das categorias contestadas pela *vanguarda* (tais como "obra", "autonomia" e etc.)³⁷. O

³⁷ Os movimentos europeus da *Vanguarda* são definidos na teoria da *vanguarda* elaborada por P. Burger como um ataque ao status da arte na sociedade burguesa. A exigência dos vanguardistas, a de arte voltar a ser prática, não incide sobre a necessidade de o conteúdo das obras ser socialmente significativo. Ela é dirigida contra o funcionamento da arte na sociedade que decidiria tanto sobre o efeito da obra quanto sobre o seu conteúdo particular. O funcionamento da arte na sociedade burguesa reside na sua separação da praxis vital (que culminaria no esteticismo que fará coincidir o momento da instituição arte com o conteúdo essencial da obra. Noutros termos, o esteticismo distanciará o conteúdo da obra em relação à praxis vital). A praxis vital à qual o esteticismo se refere é a "racionalidade dos fins da vida prática burguesa" (Burger *Teoria da Vanguarda*: 91). O vanguardista não recusará o momento essencial do esteticismo; ele não pretende em absoluto a integração da arte na praxis vital. O que o distingue do esteticista é a tentativa de organizar a partir da arte uma nova praxis vital. Burger sustenta que o esteticismo constitui a condição prévia da intervenção vanguardista já que é ela que possibilita à arte, afastada da praxis vital, inclusivamente pelo conteúdo das suas obras, de se transformar no eixo organizador de uma nova praxis. A *vanguarda* chega a contestar, a negar radicalmente a categoria de produção individual (*ready-made* de Duchamp). Por este meio, Duchamp não só critica a ideia da obra como criação individual como a do sujeito criador ao conservar a assinatura como um vestígio, sobre um objecto anónimo e produzido em série, de uma individualidade que se manifesta sem se manifestar, que se manifesta sem obra, sem criação. A repetição deste gesto, desta provocação sem consideração da natureza do seu objectivo, nem do momento para o realizar, corre o perigo de lhe retirar/esvaziar a força crítica, disruptiva inicial; principalmente, quando aceiteado institucionalmente, desprovido de denúncia do mercado de arte, se torna em resignação/submissão ao próprio mercado. Por isso, Burger refere a título de exemplo, o artista que assine e exponha uma chaminé de fogão, nos dias de hoje. Este gesto não se pode entender como denúncia do mercado de arte. Pelo contrário, é o gesto da sua resignação confirmador do conceito de criação individual. A razão desta situação, de absorção dos choques, deve-se, segundo Burger, ao fracasso da intenção vanguardista em superar a arte. Na realidade, as provocações da *vanguarda* histórica contra a instituição arte foram sucessivamente institucionalizadas como arte pelo que o protesto da *neo-vanguarda* tem de ser falso. A atitude de protesto da *neo-vanguarda* consistiria na utilização de técnicas das *vanguardas* históricas mas sem os mesmos objectivos, porque as condições

protesto vanguardista (*Dada-ísmo* e *Surrealismo*) tornou-se no seu contrário. Desta inversão sobreveio o reconhecimento do falhanço das vanguardas históricas já que o divórcio da arte da prática social se mantinha numa sociedade hegemonicamente burguesa.

A institucionalização, para além das consequências mencionadas, trouxe, ainda, o curto-circuito da ética da ruptura³⁸. A dinâmica da ruptura enquanto fim em si mesma, perdeu progressivamente legitimidade. O choque é banalizado (estratégia própria dos *mass media* e da publicidade). O curto-circuito da dinâmica da ruptura vem, entretanto, operar uma transformação da figura do artista contemporâneo. Os gestos da *vanguarda* são estetizados. Os artistas transformam-nos em poses mediáticas.

Por tudo isto, o protesto à instituição "arte" (e aos seus diversos dispositivos: museu, mercado, crítica etc) não pode ser, hoje, encarado seriamente. O protesto, se ainda se pode falar de protesto, visa mais do que tudo o seu acesso imediato ao estatuto institucional. A diferença entre a *vanguarda* e a *neo-* ou a *pós-vanguarda* reside na velocidade com que esta é absorvida e acolhida pelas instituições beneficiando da atenção da parte das colecções públicas e privadas. O desejo de pacificação dos conflitos sociais e de aceitação do anti-conformismo sistemático das artes vanguardistas (emancipadas) que a nossa sociedade regista, por regra, atesta o quanto a cultura "hostil" se transformou com o tempo no seu ornato dourado.

Vimos através da *Pop* americana como sucedeu, à intransigência modernista face à cultura de massas, o avanço da indústria cultural. Como ao retrocesso do modernismo enquanto formação histórica, sucedeu uma flexibilização de atitudes. Da confrontação, como via do artista moderno, passamos à via da cumplicidade pertencente ao artista contemporâneo. Duas soluções, frequentes, se apresentam ao artista contemporâneo: ora os artistas abraçam a cultura dos *mass media* como se isso constituísse *per se* a quebra definitiva das fronteiras culturais ora, ou inclusivamente, manipulam as formas modernistas como se elas fossem simples clichés mediáticos. A apropriação do *Kitsch* -- tornada possível com a dissolução das diferenças entre a arte e a não-arte, após a normatividade formal ou estilística se ter quebrado ou se ter tornado repertório³⁹ -- só pode significar a incorporação da espectacularidade nas obras de arte.

históricas se modificaram, o efeito não pode ser o mesmo. Não considerá-las é o mesmo que partilhar uma visão a-histórica da arte. A nível da recepção, a *vanguarda* nega a categoria da produção individual e a da recepção individual. As reacções violentas do público são de natureza colectiva. O produtor e o receptor ficam separados por mais que ele possa tomar-se cada vez mais activo.

³⁸ Do texto de Clement Greenberg referido anteriormente -- a propósito da *vanguarda* e do *Kitsch* -- podemos dizer que é não somente a tentativa de re-definição (de um projecto e da memória) da *vanguarda* (apenas no seu aspecto esteticista) mas também, de certa maneira, a avaliação positiva da situação de integração da *vanguarda* como hipótese de sua credibilização.

³⁹ Numa aparente via *Populista* como foi apanágio de uma certa arquitectura pós-moderna.

Tal como uma espécie de «agente duplo»⁴⁰ o artista contemporâneo – recordamos, de novo, as palavras de Andy Warhol citadas em 1.2. – alia subversão e cumplicidade como estratégias mediáticas para fins estritamente pessoais; chegando mesmo à apropriação de técnicas de publicidade e de produção mercantil. O contexto histórico de Andy Warhol era, no entanto, outro por relação ao de Jeff Koons; logo, Warhol poderia ser entendido a partir de um plano de crítica à sociedade de consumo e de crítica à crítica dessa sociedade. Warhol é também o que coloca um ponto final, iniciando o esquecimento, da crítica aos *mass media* e à sociedade mediática. Warhol veio nos mostrar como somos consumidores se bem que não se tivesse esquecido do ‘amante de arte’. Andy Warhol veio unificar a sociedade de consumo – na qual o sujeito existe como um elemento entre outros; existe como objecto entre objectos – com a sociedade da comunicação – na qual o objecto já não é senão um elemento em relação às redes. À ironia cínica ou duplicidade de Warhol sucede com Jeff Koons o cinismo imperante em absoluta transparência. Ao colocar-se nesta posição de cumplicidade com o sistema capitalista, Koons é, por assim dizer, o seu *agente secreto*. Ele reproduz a lógica do sistema. Por relação a Andy Warhol, Koons é o simplificador desta tradição.

A subversão visa causar o agrado e não a confrontação. A *neo-vanguarda* apresenta-se-nos então como um processo de reciclagem das figuras do artista moderno em estereótipo para consumo *mass mediático*. As figuras do artista de *vanguarda* disponíveis são: a do revolucionário, a do dandy, a do anarquista, a do esteta, a do tecnológico e a do místico.

Como vimos no ponto 1.2. a partir da *Pop* a arte assume-se como máquina, máquina produtora de *imagens radicais*⁴¹. A *Pop* continua a “explosão do estético” – ou «morte da arte» – herdada da *vanguarda*. Mas, desde essa altura a arte passa de uma posição de confrontação, de uma atitude agonística e intransigente com a cultura de massas ou de consumo para uma atitude de cumplicidade explícita. Tal qual um «agente duplo» (Hal Foster) o artista contemporâneo alia subversão e cumplicidade como estratégias mediáticas para fins estritamente pessoais – chegando mesmo à apropriação de técnicas de publicidade e de produção mercantil. No quadro da institucionalização da *vanguarda* a subversão não visa senão produzir o agrado. O protesto – se ainda de protesto se pode falar... – visa o acesso *imediato* ao estatuto institucional. A intensidade do choque porque se banalizou (*banalidade*: vulgaridade, uso obrigatório e público de um objecto pertencente ao senhor feudal) visa a rápida assimilação. “Criar a sensação”: isto é, ser um acontecimento ou notícia. Ser notícia é de alguma maneira ver aceite o anti-conformismo sistemático das *vanguardas*

⁴⁰ A ideia é de Hal Foster in *Recordings: Art, Spectacle, Cultural Politics* Bay Press Seattle 1985.

⁴¹ Roland Barthes *Óbvio e Obtuso*: 172.

artísticas (emancipação) e efeito de um desejo de pacificação dos conflitos sociais registado pelas nossas sociedades capitalistas atestando a transformação de uma arte hostil num seu luxo... Enfim, é total a sobreposição entre o campo estético e o campo da economia política.

O artista, inserido na produtividade geral, tem a responsabilidade de fazer, produzir o acontecimento para entreter a atenção da clientela. O artista já não é mais o *timoneiro*. É somente um *operador da torre de controle* de múltiplos fluxos. O mercado da arte aparece-nos como o domínio da informação traduzida em cotação. O dever da originalidade pessoal tornou-se não só uma obrigação cultural-histórica mas uma necessidade económica material. O dever da originalidade pessoal consiste numa resposta à intimação do mercado que necessita incessantemente de se alargar *mediante* a apropriação (e expropriação?). Verifica-se, então, a fusão dos valores da criação e da informação que aponta para uma arte comunicacional (paradoxos e impasses) -- a produzir comunicação (do homem para com os signos, dos signos entre si, dos homens entre si)⁴².

O movimento de radicalização da linguagem estética não deixou de estar ligado, ainda que, muitas vezes, de forma negativa, à promiscuidade do mercado. Prerrogativa da originalidade⁴³ pessoal (e da ética do artista de *vanguarda*), a radicalização estética retardaria o consumo (inevitável). Todavia, essa radicalidade não contribui para a supressão do mercado (como fora previsto); pelo contrário, contribui para o reforço do seu poder. Quase se poderia acrescentar que a fuga para a frente da *vanguarda* parece tropeçar na incessante pressão do novo sentida no mercado da arte. Descobre-se assim uma cumplicidade entre os gestos subversivos e o próprio sistema capitalista; entre os gestos que estão do lado da anti-representação (crítica da representação) e o próprio sistema que, na sua indiferença, absorve qualquer tipo de representação contanto que aumente a sua performatividade. Os museus, os *mass media*, a finança, as revistas de arte e todos os dispositivos de divulgação e reprodução, as instâncias de opinião etc. relacionados entre si em rede (multinacional) tornaram-se não apenas nos reprodutores mas nos instrumentos de transformação da arte num acontecimento que urge interpretar, reflectir, atribuir sentido. A multiplicação das instâncias de *mediação* (por exemplo, das redes museográficas) permite, em princípio, a pluralidade de gostos e de opções contraditórias -- permite uma "atomização do campo artístico e das suas próprias práticas". (O pluralismo abrange: a mestiçagem das referências culturais e a liberdade de escolha absoluta dos materiais e técnicas; o

⁴² Jean Baudrillard *Para Uma Crítica Da Economia Política Do Signo*: 261

⁴³ Jean Baudrillard "Semiurgia da Arte contemporânea" in *op. cit.* (nota anterior). A originalidade é determinada na e pela produção de diferenças que permitem que o artista se possa distinguir dos seus colegas e possa desse modo constituir-se em autor. A série cria a identidade e a diferença. Cria a auto-referencialidade do sistema de signos. A cotação é a criadora de legitimidade.

espírito iconoclasta que nega, rejeita toda a forma herdada bem como e ao mesmo tempo que desvaloriza o objecto no qual a ideia se incarna, o "éclatement" do eu; uma inscrição social que reclama do artista uma faculdade de adaptação (encomenda pública, in situ...); a solicitação e a concorrência de exposições às quais os artistas são supostos reagir, inscreverem-se, participarem construindo obras mais adaptadas à exigência do momento do que ao desenvolvimento da sua reflexão pessoal.) Os comentários inesgotáveis, o rumor incessante em redor das manifestações artísticas (mais recentes) poderão eventualmente obliterar a nossa experiência das obras mas de modo nenhum lhes reduz a aura⁴⁴. As obras mesmo não sendo vistas são, pelo menos, lidas. Quanto mais lidas ou mais publicitadas, mais relevantes serão essas obras para o «mundo da arte». Os *media* operam as suas próprias escolhas e gozam globalmente de um privilégio de infalibilidade. São eles que governam a crítica, quem se erigem em instância crítica, e não é mais a crítica que orienta as escolhas dos *media*⁴⁵. (É o próprio Koons que chega a considerar o mercado como o grande crítico.) A visibilidade é uma condição indispensável ao sucesso de um artista e da sua obra no mercado e na crítica de arte. O sucesso pode constituir uma influência considerável sobre as políticas de aquisição para as colecções de arte dos museus ou das instituições públicas e privadas etc. mais influentes. Estas instituições, por sua vez, pela consagração da obra inteira (ou parte dela) de um artista, beneficiam também de uma maior visibilidade e legitimidade. Quanto maior for a visibilidade e legitimidade dessas instituições maior será o seu poder de influir e ratificar (mais rapidamente) as escolhas do mercado. Maior será, também, o seu poder de intervenção na criação e

⁴⁴ No minimalismo, ao se ter valorizado a experiência temporal, a experiência directa do espectador com as obras, podemos ver uma motivação centrada na problemática benjaminiana da aura. Em simultâneo, manifestou-se com o minimalismo um pendor para a *mediação* da obra pela palavra. O discurso verbal explica, confere o sentido a uma obra a qual se apresenta, cada vez mais, como resto, traço ou vestígio. Totalidade e fragmento. *Mediação* fotográfica da obra *mediante* a qual fica garantida a visibilidade pública das obras de uma arte que procede ao abandono dos lugares institucionais em favor de lugares mais inóspitos e inacessíveis. A reprodução fotográfica com intentos documentais começou a substituir-se gradualmente à própria obra e à sua experiência. Os gestos, sendo anti-obra, são registados para que não sejam esquecidos. Desse modo, tomam-se documentos e são reconhecidos como anti-obra, i.e. por contraste com a noção de obra. A mesma aporia: para que a arte vanguardista na sua vertente anarquista, *anartística*, possua sentido tem de ser associada por oposição à concepção tradicional de obra. A intencionada efemeridade das manifestações (minimal, land-art, conceptual, etc) foi, inicialmente, um gesto de recusa do mercado (inundado apenas com substitutos, restos, souvenirs) mas ao sentir a necessidade da sua reprodução, representação, registo, (para efeitos de arquivação) e para efeitos comerciais veio a permitir a ascensão da fotografia ao estatuto de arte contra o anterior estatuto de ilustração, substituto, instrumento de documentação das obras de arte. Contribuiu para a nossa consciência da importância do contexto na experiência da obra.

⁴⁵ Marc Jimenez em entrevista in *Art Press*, nº 171, Julho/Agosto 1992. A função do ecrã mediático é dupla: solicitador das emoções, fantasmas, da sensibilidade e de obstáculo ao vivido concreto das suas experiências. Walter Benjamin falou de "perda progressiva da experiência vivida" o que Marc Jimenez traduz por "extinção progressiva da mimesis", não no sentido da imitação, mas seria no sentido de uma relação quase empática, sensível, sensual às coisas. *Mediatizadas*, as nossas relações com a realidade e as criações não são mais *imediatas*.

produção – as *neo-vanguardas* recentes tendem a trabalhar directamente para (e sob o seu comando) as referidas instituições⁴⁶. A necessidade de visibilidade insufla a cumplicidade mútua entre artistas e instituições⁴⁷ – uma cumplicidade que se pode revestir de uma certa tensão (Hans Haacke).

Outrora, a *vanguarda* fora o refúgio do messianismo e o signo de rebelião. Houvera lugar para o modelo do artista maldito (“suicida da sociedade”) ou revolucionário e para a exterioridade quase absoluta das *vanguardas* artísticas às próprias instituições. Os artistas modernos ou da *vanguarda* exigiram a libertação e a desalienação da força do trabalho do homem em geral. No sentido forte do termo foram as testemunhas ao incarnarem o proletariado. Esta vontade de emancipação e desejo de desalienação sempre significou o seguinte “todo o mundo é artista” traduzido em “Imaginação ao Poder” (1968). O único obstáculo à realização desta potencialidade: as massas. As massas são incapazes de actualizar este potencial pois que elas estão oprimidas alienadas e exploradas. Só alguns artistas chamados de artistas profissionais sabem que a sua vocação é a de incarnarem este potencial em sofrimento. As utopias modernas coincidiram com o desejo de libertação da criatividade para colocar ao serviço das necessidades dos homens, trazendo ao valor de uso a arte. A palavra chave proletário ou operário. A criatividade (o mais poderoso mito moderno⁴⁸) é no campo cultural correspondente à força de trabalho (no campo da economia política). Verificando-se, hoje, uma crescente indistinção entre o estético e o económico, o artístico e o publicitário, – interferência verificada entre os dois campos ao longo da modernidade – a *neo-vanguarda* tende a metamorfosear-se em *vanguarda* mediática. A *vanguarda* passou a ser meio de promoção e de inserção social. A radicalização artística (ou o poder de negação crítica da arte contemporânea) é gerada e neutralizada pelo mercado e pelos diversos poderes da *mediação*⁴⁹.

⁴⁶ O caso das Instalações é um bom exemplo (Ilya Kabakov). A encomenda pública e *partenariat* ou mecenato empresarial são os instrumentos da cumplicidade das instituições com o mur do artístico.

⁴⁷ O perigo está na cumplicidade que se gera apenas em favor de um dos termos da relação aumentando assim a dependência dos artistas em relação às instituições para sua consagração.

⁴⁸ Segundo Thierry de Duve, foi Joseph Beuys o último a brandir com convicção este mito.

⁴⁹ Hal Foster in *Recodings*, precisamente no capítulo “Between Modernism and the Media” denuncia a *mediação* da arte moderna através da análise de cinco práticas artísticas (nas quais incluiu “graffiti” e neo-expressionismo). A *mediação* da arte moderna permite, por assim dizer, o regresso de figuras e estilos como estereótipos (‘types’) e imagens Populares. Nesse capítulo considera as funções da *vanguarda* no passado e no presente. Acrescentaríamos ainda o falhanço do conceptualismo e do minimalismo na tentativa de ‘boicote’ ao mercado. Se as obras estavam arredadas da experiência, mais pública, pelo contrário os seus vestígios fotográficos não deixaram de proliferar e alimentar, apesar de tudo, o próprio mercado. Vimos o que aconteceu: a oportunidade para a fotografia adquirir um outro estatuto museológico e artístico e deixar apenas de ser o meio de reprodução.

A efemeridade das manifestações – apesar de intencionarem a destruição, a suspensão da alimentação do mercado para que pudesse realizar-se exteriormente ao próprio sistema, sem nele deixar traços – conduziu à ascensão da fotografia como arte e não só como substituto das obras ou ilustração de um texto explicativo das mesmas) como contribuiu para tomarmos consciência da

Numa sociedade da comunicação generalizada, na qual tudo deve tornar-se objecto de comunicação, as artes modernista⁵⁰ e vanguardista acompanharam a estetização da experiência de dois modos: 1) *mediante* a expansão indiscriminada do estético⁵¹ absorvendo culturas não-ocidentais e 2) subculturas da cultura ocidental. A estetização estando livre das restrições da estética tradicional (das velhas questões do belo e do feio) celebra, à sua vontade, o valor de troca /signo. O modelo da estetização generalizada assemelha-se ao «museu imaginário»⁵²: a universalidade do belo é vivida como explícita referência a uma multiplicidade de modelos.

importância do contexto do qual emerge a obra-intervenção concebida já não para durar mas para assinalar a sua diferença e o seu contraste com o património anterior em relação ao qual se declara morto mas sem o qual o sentido das suas manifestações estaria seriamente comprometido. (A necessidade de *mediação* cria-se no minimalismo em contraluz com a exigência deste pelo menos que é suplementado pelo *mais* do texto. Terão eventualmente percebido que a aura não foi exaurida pela reprodução das suas obras (mais propriamente anti-obras) e, pelo contrário, à sua maneira, satisfaz o mercado permitindo a posterior revalidação do estatuto da fotografia.)

⁵⁰ A arte modernista foi, como já vimos, o lugar de uma ruptura do espaço/tempo reais; de uma comunicação de uma experiência vital com dimensão disruptiva opondo-se à homologação, à produção massiva de simulacros pela indústria cultural, os quais neutralizam o vivido e o carácter único e de evento do mundo. A arte vanguardista foi o lugar de uma utopia, de uma crença de que a *vanguarda* representava verdadeiramente uma força política por si própria, capaz de conduzir à transformação da sociedade, do mundo. A *vanguarda* distancia-se (ao nível das linguagens) e critica (*mediante* a crítica ideológica?) a comunidade real (público ou massa) propondo ou não uma outra comunidade, (Gadamer, *Actualidade do Belo*) um outro mundo. A *vanguarda* acalentou a ilusão de ser uma força política na medida em que ela acreditava na eficácia dos seus meios formais; por outro lado acreditava que radicalismo formal encadeia um radicalismo político. Não deixou no entanto de ser em certos momentos a celebração da comunidade real; pensamos concretamente na *Pop*, na qual a sua celebração (voluntária ou involuntária) da sociedade de consumo americana poderá, todavia ser vista como aparente na medida em que é mais uma celebração referencial do que propriamente identificatória. Dizer que a *Pop* faz a publicidade da vida americana não é totalmente certo. *Publicidade* é tornar público. Arte de exercer uma acção psicológica sobre o público com fins comerciais e políticos. Ora, a arte *Pop*, nenhum movimento talvez tenha meios e capacidade de, por si mesmo, fazer a propaganda do que quer que seja sem ser co-ajudado por outras *mediações*.

⁵¹ A maior parte das obras do fim dos anos sessenta conferem um valor às qualidades estéticas estranhas à arte tradicional e à arte moderna (do Impressionismo até ao Surrealismo e Expressionismo Abstracto). Eles situam a arte de preferência, na fronteira da não-arte, na zona de indistincção entre juízo contraditório "Isto é Arte" e "Isto não é Arte", das formas e materiais despersonalizados ou da idiosincrasia pessoal (Beuys). A noção de "acabamento" desaparece; a 'satisfação' estética oferecida é da ordem da apropriação, da integração de realidades esteticamente mais recalitrantes ao domínio da arte.

⁵² A reprodução fotográfica permitiu ao Museu, como idealidade de lugar de acumulação e de preservação, a acessibilidade e promiscuidade de obras díspares *mediante* um processo de des-contextualização e de re-contextualização que encontra paralelo na des-perspectivação obtida pelo engrandecimento/ampliação. O «museu imaginário» é uma espécie de catálogo fotográfico de detalhes ampliados e justapostos segundo afinidades formais, mais ou menos selvagens, obliterando a diversidade das origens, de tamanho, natureza e materiais diferentes.

A apropriação da fotografia, por Warhol e por Rauschenberg, e a sua incorporação nas superfícies das suas telas, tornaram a fotografia o instrumento da destruição da autonomia modernista da pintura e também no meio pelo qual os vários objectos que o museu quer sistematizar o re-invadem enquanto heterogeneidade pura. Certamente, esta jogada não só coloca a questão da extinção do modo de produção tradicional como também questiona as reivindicações de autenticidade de acordo com as quais o museu determinou o seu corpo de objectos e o seu campo do conhecimento (Crimp; 134). Começou com eles a desintegração das fronteiras entre a arte e a não arte.

Nos anos oitenta, a arte tem como função não a produção de imagens mas a de fazer circular as imagens já existentes por ela apropriadas (simulacionistas americanos; «neo-Pop»).

Se à dimensão utópica da *vanguarda* correspondeu uma concepção unitária e progressista da História, cujo protagonista central seria o (ideal do) homem europeu moderno -- cujas propostas foram o "design generalizado" ou o resgate estético da existência mediante a unificação do belo com a existência (Marcuse) -- então a dimensão heterotópica⁵³ da *neo-vanguarda* deve ao reconhecimento de culturas diversas e de subsistemas internos da cultura ocidental a multiplicação do belo. É aqui que a estetização entronca com a questão do pluralismo e com a revalidação do historicismo. A revalorização do historicismo é indissociável do mercado de arte e de uma crise da concepção unitária da história. De acordo com Peter Burger o pluralismo artístico em que vivemos -- uma das pretensões da *neo-vanguarda* -- teria sido antecipado pelos próprios movimentos da *vanguarda* ao terem transformado a sucessão histórica dos estilos e processos numa simultaneidade do radicalmente diverso. Neste procedimento estaria a ser contestado o esquema histórico baseado na continuidade linear de um estilo antigo para outro estilo moderno em proveito de uma crítica que procede pela oposição agonística entre o antigo e o novo. Mas, nesse esquema registrar-se-ia a progressão, ainda que por saltos, de um estilo novo para um outro mais novo numa escalada supostamente imparável do novo⁵⁴. Face à sensação de que após o Surrealismo ocorreram apenas *revivals*, tais como "labaredas que pouco duram", em vez de um grande movimento estético, a relação entre a História e Arte foi de algum modo quebrada⁵⁵ em proveito de uma multiplicidade não hierárquica de tantas outras constelações possíveis⁵⁶. A

⁵³ A passagem da dimensão utópica à dimensão heterotópica na contemporaneidade fica a dever-se aos seguintes factores: crise da concepção unitária da História; crise da ideia de progresso e crise do ideal do homem europeu moderno; factores, por sua vez, associados ao advento dos meios de comunicação de massa (telemática), ao fim do imperialismo e do colonialismo e consequente independência dos povos colonizados. A crise da concepção unitária da história conduziu a uma revalidação do historicismo sendo que essa revalidação é também indissociável do mercado de arte. Estamos no tempo pluralista do «não importa o quê» para a arte. Os acontecimentos (fim do colonialismo) provocaram um rombo no ideal normativo do homem moderno europeu identificado a essência do homem (fosse europeu ou não).

⁵⁴ A própria versão formalista da *vanguarda* (Clement Greenberg) conservaria de certa maneira esta crença na contínua demanda do novo. Cada artista na sua função de conservação e de purificação das artes estaria a bulir de uma determinada maneira o seu precioso diamante numa determinada divisão. Terminada a tarefa, fecharia, para sempre, a porta atrás de si e tomaria consigo o diamante e o *como* (intransmissível) da bulição.

⁵⁵ O que leva teóricos como Hal Foster e Benjamin Buchloh a considerar o uso generalizado do plágio como o sinal de recusa da historicidade dos meios e dos materiais artísticos. Mas talvez seja mais positivo pensarmos que a nossa situação está relacionada com um novo diagrama de forças: uma nova relação entre a arte e o tempo que dissolve a história de arte bem como uma nova relação da arte com o espaço que dissolve o museu. A história de arte é vista como repertório, inventário; há uma conecção de tempos diversos no qual se anulam o antigo e o novo oposições com as quais a própria modernidade trabalhava e tratava de redesenhar permanentemente o jogo de forças. Mas, nem tudo pode ser actualizável ao mesmo tempo (Danto); dizer que não há uma história de sentido único não querará significar ausência total de sentido. A disponibilidade das imagens não quer dizer que elas estejam livres da história, da ideologia, de outras práticas discursivas e de instituições.

⁵⁶ "O ecletismo histórico do pós-modernismo coloca à luz a ambivalência da questão da historicidade; o referido ecletismo é radical ou reaccionário, uma superação produtiva contra a tradição autoritária ou

exigência de se ser moderno, que encerrava o sentido de oposição à tradição, às formas de pensamento e costumes passados deixou de se exercer. Daí que faça sentido apresentar o coleccionismo, como o faz Vattimo, como a verdade possível da experiência estética da modernidade avançada. O uso do plágio pode ser visto sob este ponto de vista não como um sintoma do esgotamento mas como o sinal de uma nova relação com o tempo que a arte possui na contemporaneidade e que autores como Perniola designam como “efeito egípcio”. Poderíamos dizer que se trata de uma relação transversal, oblíqua com o tempo – seguindo a etimologia de ‘plágio’. Trata-se é certo de um acto de expropriação mas não é totalmente

pelo contrário uma deshistorização frívola que congela a própria história em simples ondas recicláveis de modismos?” (Terry Eagleton *Ideologia da Estética*: 272) (Eis o reino do não-importa-o-quê.) A restauração de todas as categorias do historicismo (originalidade, gênio, estilo, etc) na figura de Picasso nos anos oitenta (por exemplo, tratado por Crimp *The Museum's Ruins*: 66-81) acontece à custa de elas serem de certa maneira pervertidas e se tomarem os signos da recusa à historicidade. Esta fantasia só pôde ser reposta, ressuscitada por intermédio da consideração da obra de arte como uma obra única e original; dito de outro modo, a expensas de um pluralismo de originais em vez de um de cópias. O que inicialmente constituía uma técnica ao serviço da crítica do modernismo e das suas ficções passou a ser um sinal de demissão dessa função da crítica (própria do modernismo). No fundo, a história de arte tomara-se o mero arquivo a partir do qual as operações combinatórias de reciclagem dos materiais e matérias têm lugar.

Terry Eagleton sustenta, por seu turno, que não é possível responder a esta questão do historicismo sem antes proceder ao exame da significação da história para a sociedade burguesa tardia. Por um lado, ela reverenciaria a história como autoridade, continuidade e herança; e por outro ela não pode perder tempo nisso. Tudo depende se estamos a considerar a dimensão simbólica ou a produtiva; a história que tem um papel venerável na dimensão simbólica é continuamente subvertida pelo Agora existencial ou pelas ideologias cruamente progressistas da dimensão produtiva. A História (T. Eagleton: 272) “é um conceito a que falta qualquer base de unidade ou de auto-identidade nesta ordem social, razão pela qual se torna difícil avaliar abstractamente a força política de se mexer com ele.” Continua Eagleton referindo a distinção de W. Benjamin entre história propriamente dita e a tradição no sentido da narrativa dos despossuídos. Só através de uma reminiscência revolucionária (trazendo a memória involuntária de Proust) se podia libertar este poder perigoso e precário da tradição, das narrativas da classe dirigente com as quais está misturada, e ressuscitá-la como uma estratégia para revelar o presente político. A nostalgia revolucionária recorta o tempo transversalmente, quebrando a sua continuidade vazia e num relâmpago fulminante de correspondência surrealista «constela» um momento da crise do presente com um fragmento redimido da tradição dos oprimidos. Isto tem, segundo Eagleton (p.273) uma semelhança muito superficial com o ecletismo pós-modernista. Em que difere este ecletismo do da montagem contrastante do novo e do antigo em Benjamin? A tradição benjaminiana não é uma história autónoma e separável que flui silenciosamente sob a história da classe dirigente, assombrando-a como um fantasma; ela é, parafraseando e citando T. Eagleton, um cardápio de crises ou conjunturas recorrentes dentro dessa temporalidade oficial, de forma que a subtilidade da hermenêutica histórica é saber como quebrar com a história da classe dirigente sem derramar e perder, junto com ela, os recursos da tradição. Benjamin no fundo sustenta a existência de histórias diferentes e contraditórias e que não se trata de as opor binariamente e de maneira simples. O pós-modernismo questionou audaciosamente as concepções tradicionais da verdade; tendo também para caricaturar as noções de verdade produzida por seus adversários. Preso também nas armadilhas ideológicas poderosas do humanismo liberal, de que se pretende separar, que é o que assegura uma relação supostamente intrínseca entre verdade e desinteresse. Quanto aos retratos desnecessariamente redutores e elementares das diversas críticas é o de imaginarem que todas as ideologias dominantes operam necessariamente com conceitos de verdade absolutos e auto-idênticos, e que seria bastante um toque de textualidade, de desconstrução ou ironia auto-reflexiva. No fundo, as críticas da ideologia subvalorizavam a complexidade própria das ideologias hegemónicas do Ocidente, que são capazes de utilizar as mesmas armas, a autoironia e auto-reflexão. A escola de Frankfurt como outros teóricos do pós-modernismo consideram as ideologias hegemónicas do Ocidente baseadas principalmente na verdade apodíctica, no sistema totalizado, na significação transcendental, na fundamentação metafísica, na naturalização da contingência histórica e numa dinâmica teleológica.

um roubo, uma compensação para o que escasseia de um dos lados. É certo que tem sido confundido como uma falta de voz própria, de estilo próprio, único e marca pessoal (como deseja o artista de *vanguarda*) que é conquistada e não está à disposição. Mas o plágio⁵⁷ considera que tudo está, já, aí; não há lugar para inventar uma nova linguagem; apenas há que reparar o barco no alto-mar e não propriamente construir um novo barco em pleno alto-mar. A experiência estética dos últimos vinte anos, conforme Vattimo, transformou-se de tal maneira que já não é possível vê-la como pura expressividade; a experiência estética é dada como experiência da comunidade oposta à experiência como avaliação de estruturas. Podemos entender o plágio como um processo de reciclagem, que é a consequência da estetização generalizada da experiência⁵⁸ e a forma da sua plena realização. Esta reciclagem (de modos, materiais, figuras e gestos) pode efectuar-se porque existe algures um lugar da arquivagem da informação. A arquivagem permite uma maior rapidez da circulação da informação. A mobilidade das modas, o museu, o mercado são os lugares da circulação de objectos que desmistificaram a referência ao valor de uso e são puros valores de troca monetária e também simbólica (como cartão de identificação de grupos). A *mediação* da arte conduziu a uma situação paralela à da *mediação* da história e dos valores; estes são mais uma razão para invocação do que propriamente para incarnação. A história e os *media* transformaram-se em arquivos⁵⁹ para "cut-up". É neste panorama que acontece a tomada de palavra de diversas subculturas tornadas objectos de comunicação. Não há que fazer, como nos sugerem Clement Greenberg e Adorno, a oposição agonística entre um certo tipo de arte (*vanguarda*) e os *media* (domínio do *Kitsch*)⁶⁰. Não há que ter sequer

⁵⁷ Em que sentido o plágio/pastiche não contradiz a obra para se afirmar do lado do texto, parafraseando Barthes, e ser a prática do escritor/escrita moderna? O plágio para além de um sentido de falsificação, de uma repetição parece recusar a ideia de falta de força da repetição, parece ser feito para tornar a repetição um acontecimento real e de maneira nenhuma uma resignação à circulação do já dado. O *déjà vu* acontece a algo que se reconhece como estando deslocado no tempo.

⁵⁸ A estetização compreende dois movimentos: 1) uma libertação das diferenças (emancipação) que causam um efeito de identificação seguido de um efeito de desenraizamento e 2) uma morte e uma ressurreição das diferenças (vividas pelo *pastiche*). O museu (templo das musas) como o lugar da acumulação da informação é o tempo tomado informação, inventário e repertório que a arte tratará de reciclar e actualizar. E por intermédio desta transfiguração tudo pode retomar mas diferente. Há a possibilidade de produzir outras combinações, mutações do que já existe. O museu é quase a burocracia (o domínio do já feito) contra a qual a arte terá de se opôr ou mesmo exacerar. Na nova relação com o tempo, tudo pode ser atrasado e pode tornar-se *imediatamente* presente porque nada é actual e tudo é repertório. A arte vem re-ssusitar, re-animar, acelerar ou retardar, numa combinação sem fim, já que a oposição (na justaposição) entre o antigo e o novo foi anulada. Não há um antes e um depois; não há retorno a uma origem. A história assemelhar-se-ia a uma circunferência de raio infinito.

⁵⁹ Mais precisamente poder-se-ia dizer que a história ao *mediatizar-se* se tornou ela própria um produto consumível!

⁶⁰ Já que essa oposição é feita a pensar na salvação de alguma essência da arte moderna e do próprio homem (criatividade, originalidade, fruição da forma, conciliação, etc) em perigo pelas novas condições de existência da civilização de massa. A avaliação negativa estaria associada a um diagnóstico negativo das condições de reprodutibilidade inconciliáveis com as exigências (criatividade, por exemplo) indispensáveis para a arte; do facto de a rapidez de difusão das mensagens nos *mass media*

medo dessa infiltração mútua. O *Kitsch* como domínio do falso, da cópia adulterada, da repetição do já feito é uma categoria estética impregnada de um juízo estético-moral. Ela é a categoria que serve para designar aquilo que já está dado ou já sentido para o sujeito *ressentir*. É uma prótese do seu sentimento, da sua emoção, do afecto que possibilita, ao sujeito, duas coisas: prescindir de sentir quando deseja e preencher com o já sentido um vácuo interior. É o domínio do já sentido. O consumidor do *Kitsch* é um falso ventríloquo. A voz e a fala não lhe pertencem. Ressoa nele uma outra voz que fala por ele contanto que ele aceite o silenciamento da sua voz. A voz própria é apresentada como uma possibilidade de todos que é descoberta após uma tarefa árdua de burilamento, de descoberta. O que a torna um trabalho *de e para* poucos. Os artistas, os *poucos*, são os criadores de novas linguagens ou os purificadores da linguagem da tribo. A voz própria vem do interior (inacessível, indizível) de um sujeito centrado. Angustiado e sofrido, ele projecta para um exterior uma voz que o fala e o diz. Quando essa voz abafada não irrompe então o sujeito é um alienado; foi-lhe expropriada a linguagem e o seu lugar na linguagem. Em paga, não é desprovido de todo de uma espécie de alma. Mesmo que ela possa ser uma ilusão, um efeito de prestidigitação ou um simulacro, o que importa é que é sempre melhor ter uma sua aparência que não ter nenhuma na realidade. Quando o sujeito provoca o esvaziamento no seu interior, e esse vazio é visto positivamente por ser produto da sua capacidade de se ausentar (aparentemente) de uma voz e um estilo próprios, ele não se torna um mero consumidor passivo, mas passa a ser a forma de um trabalho de subtracção do eu (o caso de Andy Warhol é exemplar). Esse trabalho de subtracção, de ventriloquia, realiza-se pela inter-posição da voz imprópria à voz própria; nele, trabalha-se a indistinção entre a voz própria e a voz imprópria. Esse trabalho contesta a ideia de uma interioridade contraposta a uma exterioridade que deve ser vencida e ultrapassada por uma interioridade de um sujeito centrado sobre si e que de tão centrado sobre si é um sujeito desorbitado da comunidade; é ainda a forma de contestar a ideia de uma essência da interioridade sinónimo da própria pessoa. Esta última leitura admite a fragmentação do próprio sujeito. Permite também que a sua interioridade seja vista mais como um texto polifónico, fragmentado, no cruzamento de outros textos. A interioridade é admitida como uma construção permanente (estética-moral e social) e não como uma essência, a ser descoberta, desenterrada tal qual. Mas o que sucede quando a interioridade é niilisticamente afirmada pelos sinais da sua inexistência? Isto é, quando a voz imprópria é apresentada como a voz própria? Quando a máscara corresponde ponto por ponto com a cara?

não só constituir um factor de obsolescência, de banalização das imagens mas ainda porque as exigências dos próprios *media* colocariam a exigência de mensagens já banalizadas; decorre de se avaliar negativamente este «consumo» de símbolos através de invenção de novidades (jogos superficiais como os da moda) que não possuiriam a radicalidade necessária a uma obra de arte.

Quando já não se sabe, se é o ventríloquo que fala verdadeiramente, quando já não se sabe se a voz imprópria é diferente da outra e já não se sabe de que boca ela sai? Quando deixou de existir a tensão entre uma verdade a ser desvendada e uma mentira a ser substituída. Quando a verdade e a mentira deixaram de ser verificáveis. Quando em vez de fingirmos sentir algo e passarmos a senti-lo, pela força do nosso esforço e talento de fingimento, dizemos nunca fingir e ser sempre verdadeiros tal qual porque não somos capazes de dizer a verdade tal como não sabemos dizer a mentira. Não sabemos sequer onde está uma e a outra. Quando nos encontramos petrificados pela e na voz imprópria. Então, nesse momento deixa de ser um problema a conquista ou a perda de uma voz própria. O que conta é materialização de uma qualquer voz. Quando passamos a ser a caixa de ressonância, de eco, (sem possibilidade de determinação da fonte) em *shuffle* contínuo. Entramos aqui na leveza da frivolidade. É deste espaço que Jeff Koons fala. O mercado não é o lugar da exploração mas sim o da negociação. É o lugar adequado para afirmar a auto-celebração de si (próprio ou impróprio) como uma obra de arte ou como uma marca.

2. Jeff Koons: representante da vanguarda mediática?

"No estado actual das tecno-ciências e do capital acumulado nos países desenvolvidos, a identificação da comunidade por ela própria não necessita da adesão dos espíritos, não depende das grandes ideologias partilhadas, acontece pela mediação do conjunto dos bens e dos serviços trocados a um ritmo prodigioso, do equivalente geral destas trocas representado pelo dinheiro e do pressuposto absoluto deste equivalente que é a linguagem." (Lyotard)

"Nos desenhos animados "tudo está vivo" e qualquer imagem pode ser "qualquer coisa" (José Jimenez)

"Tudo para hoje; nada para ontem, nada para amanhã." (Francis Picabia)

"A única forma de se ser seguido é correr mais depressa que os outros." (Francis Picabia)

Koons transforma a sua arte numa obra de auto-consagração. Fazer do seu nome ou da sua assinatura uma obra de arte tem-lhe valido acusações de se votar exclusivamente à pura promoção. Aparerentemente, a aura da obra parece ter sido transferida totalmente para o próprio artista. Ele é o sentido final da sua obra. O seu corpo (irredutível à obra de arte), a sua vida são sujeitas a *transformações mediáticas*. As suas obras referem-no como autor e como personalidade. Elas são os seus instrumentos de celebridade e são ainda os meios de comunicação com o seu público. Para este artista, o público é não somente uma dimensão importantíssima da arte mas o tópico fulcral da sua estratégia. Segundo as suas próprias palavras, repetidas em diversas ocasiões, a arte contemporânea sofreria de um *défice de comunicação* ou de desatenção aos gostos, desejos e expectativas do público. Daí que ele deseje para a sua arte uma impressão de familiaridade e de acessibilidade, anatemizada pelo modernismo greenberguiano.

Reconhecendo a dominação contemporânea das condições espectaculares na cultura e o diagnóstico de esgotamento do anterior paradigma da vanguarda, Koons parece ter traçado para si um percurso artístico *adequado*⁶¹. Koons não enjeitará quaisquer oportunidades de comunicação ou de produção de *atenção mediática*. O reconhecimento público e a consagração de uma carreira dependem grandemente dos dispositivos de mediação. Assim, deixa de estar em causa, para ele e para outros artistas sob a designação “pós-modernos”: por um lado o recusar as condições do mercado de arte, em particular do estatuto do objecto de arte transformado em mercadoria; por outro lado o desejar agir directamente sobre a realidade por intermédio da arte -- por conseguinte, a de querer a substituição da obra por um trabalho, virtualmente político, na fronteira da arte e da vida.

Koons integra na sua obra as técnicas da «sociedade do espectáculo» e toma os *mass media* como o modelo⁶². Reclama uma *media art*, uma arte ‘pública’⁶³ cujas condições seriam a de ser global e transcultural. Estas condições embora possam ser vistas como um *contra-golpe* da arte à usurpação da sua anterior função de mediadora da comunidade perpetrada pelos *mass media* também podem ser entendidas como a tentativa da arte assumir como própria a reprodutibilidade imputável, por hábito, aos *mass media*. Este contra-assalto não quer significar, assim o entendemos, a inferioridade da arte -- rnascarada, muitas vezes, talvez, sob pretensões de elitismo -- face aos media contemporâneos, visto que a arte não padeceria dos mesmos constrangimentos dos *mass media*⁶⁴, mas a afirmação da capacidade competitiva da arte.

Quanto aos modelos das suas obras, ele *escolhe* aquilo que já pré-existe -- na linha do *ready-made* -- *coleccionando* os exemplares que estão investidos de um maior poder de apelo, de provocação da atenção ou de

⁶¹ Acrescentaríamos: um percurso assente na *eficácia* se bem que esta dependa ou possa depender em certa medida da adequação das jogadas às circunstâncias.

⁶² Um outro artista americano, Hans Haacke, cuja obra se tece há muito nas brechas intersticiais do poder político e económico intersectando e desviando os *mass media*; adverte-nos das vantagens de se tomar atenção às formas e linguagem acessíveis ao grande público. Nomeadamente, a publicidade; dela haveria que aprender as técnicas e estratégias da comunicação, as condições de eficácia. No que diz respeito à sua relação com os *mass media*, a sua estratégia habitual é a de servir-se da força do adversário. Ou seja, o desvio político dos *mass media* serve só para *mostrar* a utilização capciosa dos mesmos pelo adversário. Desta feita, funcionando sob vários níveis de interpretação e não desprezando o princípio do divertimento, Hans Haacke contribui para a consideração da força política de uma arte, menos esotérica, que, com eficácia, interpela e faz apelo à sofisticação do público.

⁶³ Uma arte pública conforme os termos de Richard Wagner em *A Arte e a Revolução* e, no entanto, tão oposta quanto aos meios empregues. A razão da diferença reside no facto de a arte, nestes tempos de ressaca pós-revolucionária, se voltar ao que parece, como acontecia no tempo de Wagner, *para o deus do nosso tempo, o dinheiro, e para a religião do lucro* pondo em rodopio uma “casta de mistificadores”, em elocubrações sem fim.

⁶⁴ ⁶⁴ Porque nestes existem imperativos contraditórios; convive a banalidade com a inovação; a necessidade da diferença com a da repetição e reprodução. Temos presente a vantagem da arte poder permitir-se ao “aborrecimento” numa antítese à afluência excessiva de informação.

adesão do público. O uso paródico que faz da publicidade nos seus posters de promoção a partir de "Banality", a sua obsessão pelo *look*, um gosto do artifício e do jogo com as aparências atestam, em nossa opinião, a importância atribuída por ele aos dispositivos de mediação e de legitimação das obras e de si enquanto artista. Assim, como a sua estratégia *amorosa* com a mediática Cicciolina, para aquisição de visibilidade mediática, atesta a importância conferida à medialidade. Tal como os media tratar-se-ia de tudo absorver pela arte. De forma a que esta possa ser, simultaneamente, o instrumento de manutenção do seu poder como *medium* e um factor da sua *credibilidade*. O estatuto institucionalizado da vanguarda gera uma sensação de desconforto senão mesmo a de *vazio* quanto à legitimidade e seriedade das pretensões vanguardistas das neo-vanguardas. No entanto, Jeff Koons não se imobiliza face ao *vazio*. Aceitando-o, transforma-o numa chance para manifestar publicamente a sua soberania artística e celebrar o seu narcisismo.

A designação "vanguarda mediática" aplica-se à neo-vanguarda -- e ao artista tratado nestas páginas -- que não despreza o sucesso comercial, a vendabilidade dos seus produtos e até a redução da vanguarda a imagem. A institucionalização da vanguarda possibilita a exploração de estratégias de aquisição de visibilidade mediática do artista e da sua obra sem os indícios de culpabilização próprios de modernistas e vanguardistas. Deixa de fazer sentido a resistência, é o fim da negação ou da crítica do mercado (do valor de troca).

A colusão dos artistas com as instituições de legitimação é descarada, *transparente*. O artista reconhece não estar mais isolado orgulhosamente na tarefa de definição e de determinação do que é a arte e, para além disto, reconhece que, ao considerar a interacção com o crítico, com o público e o coleccionador necessariamente entende a sua actividade produtiva sob um prisma de receptividade do mercado -- ou seja, que considera a possibilidade de escoamento de um determinado produto⁶⁵ da sua actividade. Daí que os artistas recorram de forma sistemática a métodos e estratégias para reforçar a sua própria posição e prestígio no mundo da arte. A marginalidade e a ética de sacrifício do artista teriam finalmente acabado. E este seria um dos traços do pós-modernismo. À estetização generalizada da experiência, uma resposta que se tornou viável foi a estetização dos seus gestos em obras, imagens e poses mediáticas. A estetização generalizada engloba a arte com os seus comportamentos sociais, o culto das vedetas, a organização do consenso pelos *mass media*. As palavras de Agamben a propósito da imagem:

⁶⁵ O que obviamente não se pode jamais falar de obra no sentido tradicional. O produto seria uma obra votada e planeada à contingência, à efemeridade, à obsolescência e à multiplicidade.

"Toda a imagem é animada de uma polaridade antinômica: ela é de um lado reificação e anulação de um gesto" -- *Imago* como máscara de cera mortuária ou como símbolo -- "da qual ela conserva por outro lado a *dynamis intacta*"⁶⁶.

Todavia, há um outro sentido para esta nossa designação: o de uma arte que não teme o entrecruzamento com os *media*. Uma arte que não recua temerosa ou torturada perante o poder configurador da realidade pelos *mass media* a um ponto tal que seja até desejável para a arte a assimilação de atributos destes últimos. Jeff Koons é um artista, célebre, e é reconhecido no «mundo da arte» como tal. Koons, enquanto um dos representantes da vanguarda mediática, estabelece *passagens* entre os *mass media* e a arte e, nessa zona de indeterminação, entre o domínio artístico e o domínio da comunicação generalizada, resolve esquecer a aporia entre autonomia e heteronímia com a qual a arte contemporânea se debate. *Tomar os mass media como modelo* supõe a capacidade da arte coexistir e competir com os *mass*⁶⁷ *media* enquanto *media*. Se hoje, cabe aos *mass media* a função de "façonner le monde"⁶⁸ -- função que fora exclusiva da arte no passado -- é também verdade que a arte contemporânea não tem necessidade de estar contra os *mass media*. A cultura de massas é não só o material de uma cultura popular -- que abraçaria os temas da experiência comum -- como se torna o 'lugar' da comunicação com as massas. Do interior do mundo artístico recusa-se a dissociação de uma arte "elitista" -- separada esteticamente da vida quotidiana -- ou de uma cultura de elite da vida quotidiana ou de uma cultura popular -- focando os temas da experiência comum -- ou se clama pela sua integração mútua. Estrategicamente, o ataque populista ou popularizante ao intelectualismo e elitismo serve o propósito de abate das pretensões modernistas e seus formalismos.

Este ataque, quando meramente populista, *mimetizando* os efeitos de dissuasão das estratégias mercantis da chamada democratização -- a qual opera sob o princípio da soberania da palavra do público em todos os domínios ou de que os índices de audiência servem como normas na ausência de quaisquer critérios (estéticos, éticos, morais) -- precisaria de ser avaliado quanto aos efeitos produzidos visto que as estratégias mencionadas produzem uma desvalorização das motivações (realização, aperfeiçoamento, educação) na mobilidade social. O pluralismo do populismo é, na verdade, um falso pluralismo. O não-critério escolhido é sempre o da norma estatística. Fraudulento na medida em que é um *mimetismo* que protege um elitismo capcioso e é, certamente, um meio de

⁶⁶ Giorgio Agamben *Moyen sans fins*: 66.

⁶⁷ "Massa" em Jean Baudrillard não é um conceito demográfico nem sociológico. Designa a força de inércia, o poder silencioso da indiferença e da imensa indiferença. "Massa" coincidindo com "critical point of no return" seria criada pelo excesso de trocas, de informação ou de comunicação: tendo por resultado um crescimento e saturação da informação, das trocas (económicas, políticas e sexuais). A massa seria ainda o produto da hiper-densidade das cidades, bens, mensagens e circuitos.

⁶⁸ Entrevista a Marc Jimenez in *Art Press*, nº 171; 171.

produção e de reprodução da banalidade imperante⁶⁹. Todos poderão sem vergonha seguir o lema koonsiano “Embrace your past” e deixarem-se ficar onde estão tal como estão. O público parece ser colocado no pedestal como co-soberano.

A apropriação da realidade mediática⁷⁰ – que é hiper-real – atesta a sua soberania enquanto artista como o fazia a estetização dos fragmentos da realidade trivial pelo cubismo. A colocação literal da imagística do quotidiano, mais exactamente, a retomada de circulação do banal num outro contexto, o artístico, numa galeria ou num museu, opera uma sensação de homologação do supermercado e dos espaços expositivos.

2.1. Jeff Koons: ele mesmo

São três os níveis de funcionamento de Koons: *exposição da exposição*. 1º nível: encenação dos objectos, do seu carácter mágico, fetichista. Encenação pela qual o objecto se torna imagem de si próprio pela excessividade da encenação a que é sujeito;

2º nível: encenação de si como *look*. Preocupação pela imagem pública de si. Dissolução do privado no público; do objecto e do nome na imagem de marca;

3º nível: reunidos os dois níveis anteriores, indistinção entre o consumo-espectáculo e a arte; entre o choque da arte e o choque dos media. É pelo investimento na imagem pública que a intimidade é expulsa (do visível?). A imagem pública oblitera a intimidade.

Quanto ao primeiro nível, os objectos existentes, ao sujeitarem-se à encenação, sofrem duas consequências: a) numa sociedade de estetização generalizada ou sociedade do espectáculo -- onde as coisas e o capital se tornam imagens – o objecto, mesmo aquele que é *recuperado*, o é, duas vezes, para o espectáculo; recuperado enquanto imagem e enquanto objecto ou vice-versa; b) ele é resgatado como coisa, como fetiche ou materialidade muda ao ser isolado e ser *extraído* de uma massa de objectos semelhantes mas também por isso é, mais fortemente, *devolvido* como imagem-de-marca.

⁶⁹ A produção e reprodução da banalidade provém do consentimento do ‘público soberano’: nos ‘reality-shows’ e outros espectáculos televisivos em que o público se submete alegremente às humilhações mais incríveis por meia dúzia de tostões. O público passou a ser o bôbo corado das nossas *regies*; o entretenimento dos nossos *circos* mediáticos. A banalidade está definitivamente no poder. A imaginação coroou-a para seu gôzo e deboche.

⁷⁰ Jeff Koons não é um caso isolado deste tipo de apropriação. As apropriações (anteriores) de Richard Prince, nos anos oitenta, de imagens publicitárias para o contexto da galeria de arte duplica a apropriação da primeira fotografia comercial realizada pelas instituições artísticas. Um outro exemplo, entre muitos outros, Victor Burgin que em meados dos anos setenta fez a publicidade virar-se contra si própria em obras como “What Does Possession Mean To You?” (Cf. *Modernism in Dispute*: 120)

Koons prossegue no *ready-made*. O valor crítico do *ready-made* advinha do facto de confrontar os critérios do *métier* da pintura e os da arte. Não provinha de uma eleição afectuosa, sensual da natureza – por exemplo, como se o acto subjacente à constituição do *ready-made* fosse da mesma qualidade do daquele que subjaz à escolha de pedras ou conchas encontradas à beira-mar – mas sim de uma justaposição, de um lance no domínio da arte que vinha provocar reacções-em-cadeia. Warhol escolhe criteriosamente os seus ícones em conformidade com a problematização das fronteiras da arte, das categorias modernistas.

Koons vem colocar-se tanto na esteira da iconofília de Warhol e da iconoclastia de Duchamp; não ficará como aqueles na fronteira, fazendo contrabando entre ou para cada um dos lados. Duchamp enfatiza o gesto -- que desfaz a obra -- e a materialidade muda dos objectos anti-estéticos. Warhol enfatiza o gesto e a sua transformação em imagem, enfatiza o aniquilamento da representação e a submissão desta ao reino do simulacro. Formalmente, Warhol desfaz a realidade denotada das imagens fotográficas mediante a repetição e a cor: desrealiza-as. Koons retira o modelo para a sua estratégia de Warhol: onde se confundia já sem se distinguir a obra e a vida lendária. Acrescenta-lhe uma preocupação mais desinibida: a mediação da obra e sua inscrição directa nos *mass-media*. E, sobretudo, como a inscrição simultânea em cada um dos lados, a *medialidade* é a obra. Como afirma Deleuze para o caso do cinema: este veio fazer com que o mundo se transformasse na sua própria imagem; que o mundo se irrealizasse.

Koons academiza Warhol. A repetição mecânica das imagens em Warhol afastava e aniquilava a manualidade como signo da interioridade. Com Koons, essa manualidade é *restaurada* ou reparada como um signo sem qualquer realidade profunda. Já em algumas pinturas de Johns e nas últimas de Warhol deixara de ser um valor como o fora para o Expressionismo Abstracto; deixara de estar associada à criação de um mundo irreal através ou mediante o mundo. A manualidade é retraduzida como signo, talvez, até possa ser como valor nostálgico. É uma manualidade que não estabelece uma dualidade com o outro extremo: a mecanicidade. Os dois termos são, doravante, entrelaçados e não justapostos.

Se as imagens de Warhol se reportam a outras imagens sem original nem cópia as de Koons não deixam de seguir a mesma linha com uma variante: a sua retradução volumétrica. Como se a tridimensionalidade passasse a ser também um modo de expôr não só as imagens – que sugariam, assassinarium o seu modelo -- mas as imagens transformadas em coisas. Num universo da desmaterialização das imagens a ênfase na materialidade e na coisicidade das imagens funciona como seu contraponto e comentário. Terá uma tonalidade nostálgica. *Devolver a*

materialidade e a presença às coisas não deixa de ser uma operação estranha num mundo que tem a obsessão da transparência do mundo; tem a vantagem de mostrar e testemunhar a opacidade do mundo *como segredo*⁷¹.

Ao transformar-se numa imagem, ao ser ele próprio o seu modelo, Koons objectualiza a sua imagem. Transforma-se numa figura. Principalmente em "Made in Heaven". As pinturas e as esculturas, as imagens que servem a reprodução técnica e comentam a reprodução sexual, remetem-se entre si. A realidade passou-se naquelas imagens e não fora daquelas imagens. O sexo é uma metáfora da sua relação com as figuras que povoam os media. É como se a celebridade para ser fértil necessitasse dos candidatos à fama; essa relação é apresentada com e sob tropos sexuais. É sobre a relação afectiva desdobrada e movida pelos *media* que o sexo serve para comentar e ilustrar o engate entre as figuras.

Jeff Koons irrompe na cena artística nova-iorquina em meados da década de oitenta sobre um fundo complexo (senão mesmo contraditório) feito de retorno ao expressionismo pictórico⁷², designado por «neo-expressionismo» ou até mesmo «regresso à pintura» (uma espécie de anti-vanguarda ou «transvanguarda» que vinha recuperar todos os valores enterrados anteriormente tais como: uma revalorização da produção individual, do métier, da pintura-pintura, de uma relação *equivoca* com a história no caso de Kiefer, Immendorf)⁷³ e, no seguimento de certas tendências mais radicais vindas dos anos setenta, de reivindicações feministas em artistas como Sherrie Levine, Louise Lawler, Cindy Sherman⁷⁴ etc. nas quais as questões da representação social da mulher - desmontada e tratada colocando em questão os estereótipos da mulher nos media e na sociedade - e do fim do «sujeito mórada» eram confrontadas e não evitadas ou até torneadas como o foram na fórmula do «neo-expressionismo». Após o interesse dos artistas minimais e conceptuais por efeitos fenomenológicos e enquadramento institucional da arte, os artistas, no final de setenta e oitenta, encetam tanto uma crítica das imagens mediáticas e dos aparatos institucionais quanto uma análise da determinação sexual da subjectividade e da construção social da identidade elaboradas pela crítica feminista e desenvolvida pela dos homossexuais e lésbicas.

⁷¹ Usamos este conceito segundo a aceção de Jean Baudrillard.

⁷² Pintura teatral feita de citação da cultura de massas / popular e de História de Arte.

⁷³ Benjamin H.D. Buchloh "Figures of Authority, Ciphers of Regression -- Notes on the Return of Representation in European Painting" in *Art After Modernism: Rethinking Representation* (ed. Brian Wallis; New York The New Museum Of Contemporary Art, 1986).

⁷⁴ No final dos anos setenta e no princípio dos anos oitenta, C. Sherman produziu uma série de fotografias nas quais re-encena uma série vasta de caracteres estereotipados do feminino através da máscara e disfarce numa imitação de filmes/shots típico da New Wave, Neo-Realismo, Hitchcock ou Hollywood B filmes referindo-se aos anos cinquenta.

O quadro é a recessão do conceptualismo (identificado rapidamente como inimigo número um dos museus e do mercado de arte que retoma o seu fulgor assistindo-se a um verdadeiro «boom») e o da sua conservação, simultaneamente, (em artistas como Koons ou outros acima mencionados, retendo dele a importância do contexto e das condições de institucionalização da vanguarda aspectos explorados sistematicamente por Kosuth, Victor Burgin, por exemplo). Na realidade, o retorno ao expressionismo e aos modos anti-vanguardistas como poses mediáticas -- o mesmo se pode aplicar, porventura, aos modos vanguardistas como poses mediáticas -- terão contribuído para reactivar, momentaneamente, a credibilidade nesses meios tradicionais (pintura e escultura) e terão alimentado o mercado e permitido a sua acumulação museológica após a «secura» (o anti-comercialismo) dos finais dos anos sessenta e setenta. Na altura, celebridades como Keith Haring ou Basquiat afirmavam-se como os paladinos da institucionalização da arte-de-rua, da expressão pretensamente fora do circuito de troca/signo: os graffittis. Jean Basquiat ou Keith Haring vinham apelar para uma arte mais comunicativa e que apelasse às pessoas de um modo mais directo e emocional reflectindo o ambiente envolvente das mesmas: discriminação, violência, Sida, religião, sexualidade. Assistia-se, nesses anos, a uma euforia do mercado da arte e coincidente com uma institucionalização da vanguarda (anti-, trans-) e a sua transformação para uma vanguarda mediática no meio de denúncias, acusações de fraude histórica, de rosários de repúdio e cinismo. A transformação mediática da arte pode não querer dizer descurar a obrigação dos artistas, à questão da arte (do que é pintar), do que é fazer arte. Procura-se, certamente, conciliar as obrigações específicas da arte com a consideração das condições de mercado e de estratégias com vista a alcançar o sucesso mercantil e institucional⁷⁵. Isto implica uma compreensão diferente do papel do artista. Nesses anos, conduz a um progressivo e espalhado distanciamento do modelo romântico do artista, *boémio*, para um modelo do artista empresário que fala do seu próprio percurso em termos de “carreira” e menos em termos de graça, dom ou inspiração.⁷⁶

⁷⁵ O que talvez não seja muito fácil. No terceiro capítulo, referiremos a reflexão de Lyotard sobre este ponto.

⁷⁶ O próprio Frederic Jameson em *The Logic of Late Capitalism* sugere que em consonância com a perspectiva pós-moderna a abordagem dos grandes autores modernos não se deve desfazer através dos argumentos da especificidade histórica e social destes grandes modernos mas prover novos modos de compreensão das suas condições de possibilidade (F. Jameson: 306) sendo que isto pressuporia não tomar as antigas e grandes figuras como superior à vida, na alma ou no carácter, mas tomá-los a partir de um modo anti ou não antropomórfico como ‘carreiras’. Ou seja, seria necessário tomar essas figuras como situações objectivas nas quais no virar do século qualquer jovem artista via a possibilidade objectiva de se tornar um dos grandes artistas. Aquilo que Jameson fala e «possibilidade objectiva» não advém, ou não provém de um talento subjectivo ou inspiração mas sim de estratégias de carácter militar baseadas na superioridade técnica do terreno e da técnica, das contribuições das

Não admira pois que Andy Warhol seja admirado e tratado como percursor desta concepção menos subjectiva do artista. Se, sob uma perspectiva historicista, Jeff Koons pode ser enfileirado com Warhol e Duchamp e mais o seu legado respectivo, ele, no entanto, distingue-se por focar a esfera da promoção publicitária da obra e do próprio artista – geralmente reconhecida como secundária ou lateral à obra – deslocando-a para o centro da própria obra e carreira. Simplificando: a sua carreira é a sua obra. A partícula “é” deve ser entendida no sentido de um reconhecimento do quanto a sua obra depende da sua carreira. A centralidade conferida pelo artista a estas questões da mediação da obra e da sua imagem reflecte a situação actual da arte contemporânea (é um barómetro e uma espécie de comédia da arte moderna e contemporânea) mas é o instrumento de questionamento, até de caricatura, do artista (o cliché do artista), da arte (a sua função), da sua masculinidade e da sua vida privada (teatralizando-as, mediatizando-as), i.e. da constituição da sua identidade social e artística. É o instrumento das estratégias da apresentação de si como artista, de si como ídolo e como mercadoria. Tomar nas suas mãos esta tarefa é arriscar ser acusado de cinismo e de colusão, de oportunismo e mercenarismo – as ‘mãos sujas’ não são menos em outros artistas mais envergonhados – é ser objecto de fascínio e de repulsa. O significado deste gesto é o de proceder a uma crítica da ideia de arte moderna divorciada do público, desligada das funções de comunicação com o público cujas consequências foram o predomínio contemporâneo dos *media* sobre a própria arte. Por outro lado, a crítica é neutralizada, caricaturada pelo cepticismo (quanto ao real poder de choque da arte) e pelo cinismo (que disfarça a passividade perante o mercado por um entusiasmo amargo com a comercialização da vanguardia). Vejamos porquê:

1) *feliz*, o artista caricatura-se como «porco», (antecipando os possíveis insultos) mas esta desfiguração da imagem do artista é o alvo e é o meio de ele poder prosseguir uma estratégia de des-preconceituação da figura do ser-artista e de assim contribuir para a ‘personalização’ ou iconização mediática (celebridade). A constituição progressiva da sua identidade, uma espécie de retrato em progresso, não é somente um dos temas recorrentes da sua obra é também a matéria apetecível (destinada) aos mass media. Desde o nível da alegoria em “The New” (a criança que nasce mercadoria) passando por “Banality” (o artista adulto em campanha publicitária) – sempre uma metamorfose *superficial*, cosmética – ao nível da *real* transfiguração de si, com “Made in Heaven” – transformado em celebridade, em figura pública mediante o seu envolvimento afectivo com

contraforças, de uma maximização dos recursos específicos e idiosincráticos. Isto vai derivar numa revisão pós-moderna da historiografia biográfica que caracteristicamente substituiria o horizontal pelo vertical, o espaço pelo tempo, o sistema pela profundidade (F. Jameson: 307).

Cicciolina o qual foi transformado em grande notícia. Nota-se uma gradação crescente; a partir de um gôzo com o jogar com máscaras e disfarces à identificação de si com qualquer coisa que lhe possa acontecer – mesmo que os acontecimentos sejam provocados por si, como o foi o seu envolvimento com Cicciolina – numa receptividade absoluta que pertence a quem se deixa guiar por afectos, paixões e caprichos momentâneos e lucrativos de algum modo; num fascínio pela reversibilidade (equidade?) de papéis, por exemplo, entre Cicciolina e ele, ele que se mostra nas imagens em “Made in Heaven” em parceiro de Cicciolina em tarefas pelas quais ela foi celebrizada, ambos num *comércio* de prazeres cuja moeda de troca é a visibilidade mediática mútua; um grande acontecimento artístico e mediático. Uma gradação crescente sempre tendo em comum um mesmo delírio ou fascínio com a negação de si, do seu eu-próprio e com o quanto esta negação comporta de possibilidade de se poder *re-con-figurar* sem preconceitos. De poder também reconfigurar a sua própria vida como uma carreira. A lição do seu sucesso pode ser escrita com as mesmas palavras com que Luciano Benetton explica o da Benetton: a “falta de preconceitos é que explica o meu sucesso”⁷⁷. Mas há ainda uma outra gradação;

2) desde uma prática de apropriação e de ready-made (de bens de consumo *para* o espaço doméstico) a uma prática de pastiche e de remake (referindo bens de consumo imagético) na qual se mistura o fabrico manual – delegado para artesãos contratados – com o fabrico industrial, a exposição de um dispositivo de neutralização de diferenças de gosto estético (com o uso de aço inoxidável; na linha *anestésica* do ready-made; ou com a sua pessoa ao envolver-se com Cicciolina). Sendo que, em paralelo, o artista-empresário como conceptualizador das suas obras enquanto produções ou *lances*, enceta um processo de neutralização de resistências ou preconceitos – mediante certas provas como a publicitação da sua «lua-de-mel» sexual com Cicciolina – que pudessem obstruir a transfiguração contínua da sua identidade⁷⁸. É, esta, a estratégia mais eficaz para que se espere de alguém sempre outro desafio, sempre outra surpresa, outro escândalo, porque deixa de haver para esse alguém limites à sua plasticidade e esta perda de consistência tem sempre todas as hipóteses de nos divertir. (A isto chamamos algures espectacularização de si próprio.) Falamos de preconceitos sejam eles de ordem estética, moral ou política que poderiam ser um obstáculo ou um embaraço sério a essa transfiguração contínua, fazendo-o «perder a cara», caso fossem traídos, mas deixam de o ser porque, por um lado, são questionados *na arte*

⁷⁷ Expresso, suplemento Economia, 26 Outubro de 1996.

⁷⁸ A história de Pigmalião atinge o próprio escultor tomado como escultura. “Made in Heaven” parece re-encenar parodicamente esta história através de Cicciolina. Nunca o caminho livre de preconceitos foi o caminho aberto ao comércio com os preconceitos.

transformando a arte (identificando-a com o reino do tudo é possível) em instrumento, já não para chocar, mas para (ao menos) *surpreender*, por outro lado, porque depois de perdidos não se perde mais a cara pois deixa de haver critérios para se dizer quando alguém «perdeu a cara». Tendo deixado de haver entraves ao processo de *apagamento* de si, há nesta possibilidade uma aproximação ao que Baudrillard fala em “Semiurgia da arte contemporânea”. Aí ele coloca o valor do gesto (emblema do estilo e da personalidade) como dependente da assinatura ou da constituição do autor; enquanto o que faz Koons é retirar e ao mesmo tempo mostrar (servindo-se de si como material e local) como não existe transcendência ou interioridade associada ao rosto. As teses de Benjamin a propósito da reprodutibilidade também se aplicam ao rosto do artista e ao seu próprio corpo. Já não para provocar (a função da arte) a ruptura mas produzir a diferença, a sua diferença face a tantas outras existentes.

3) do exposto pode-se adiantar que a obra de Jeff Koons é, em certa medida, o seu retrato *em progresso* como expressão máxima do seu individualismo (se entendermos o individualismo como ideologia moderna conforme a qual em nome da liberdade e da sua autonomia o indivíduo deve romper com a heteronímia das tradições herdadas). Assim como a arte da corte no reinado de Luís XIV foi o retrato do poder absoluto, de uma totalidade representada pelo Rei-Sol, hoje, nos nossos dias, a arte é o meio de auto-representação do indivíduo num tempo em que o indivíduo cumpre as exigências da sociedade burocrática (novidade, novo pelo novo, produtor e não criador porque o que sai das suas mãos não são obras mas produtos e, por conseguinte, votados desde a sua origem à obsolescência) ao mesmo tempo que responderia à pretendida «necessidade interior» de se expressar. São recompensados aqueles que prosseguem e continuam os valores liberais. Os seus produtos clamam o seu estatuto de instrumento de promoção social do próprio artista. Mas, é necessário ser prudente quanto às conclusões desta afirmação anterior, conclusões do tipo “então, o artista é quem importa mais, mais do que a própria obra”(?!).

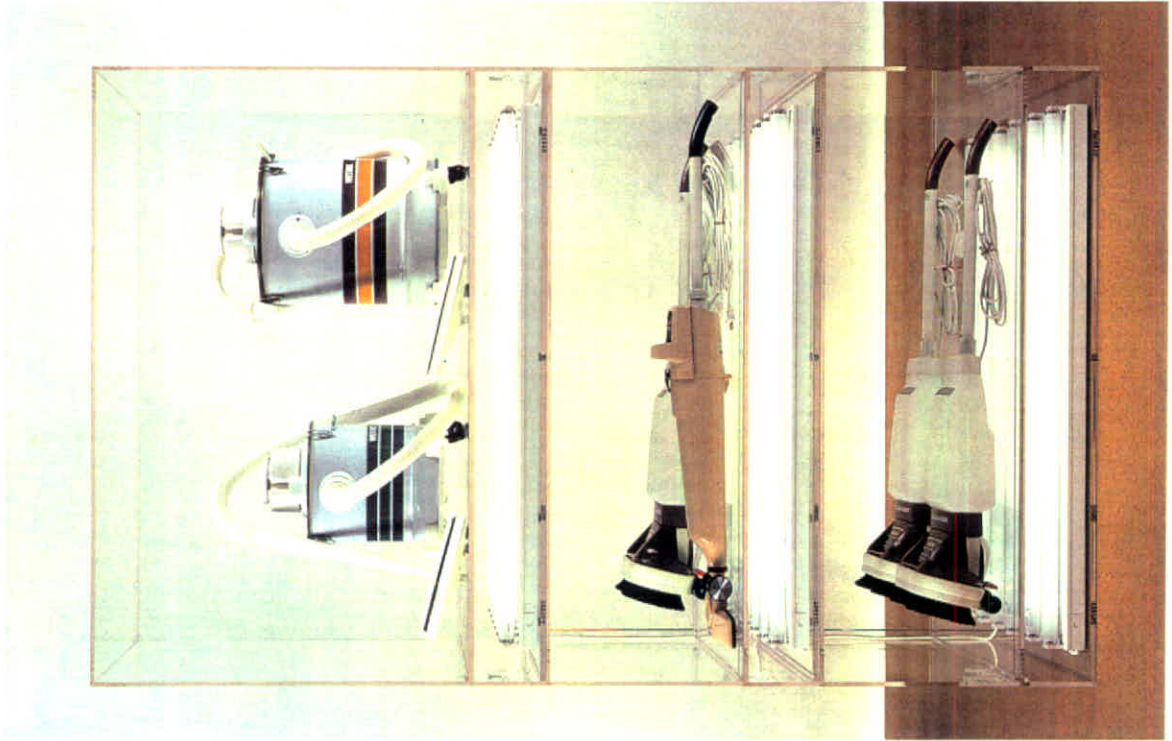
Koons gosta de se representar (nas entrevistas) fiel aos valores burgueses – uma prova do seu cinismo (frente a uma situação inelutável de recuperação das vanguardas; da figura do artista «boémio»; sentindo-se a falta de direccionalidade utópica, de fôlego de renovação artística). Ele ocultará assim o seu desconforto face à acomodação à estética da mercadoria? Ocultará a incapacidade de se escapar ao perigo do solipsismo (que atacou a vanguarda) mesmo adoptando-se, como ele, um vocabulário mais familiar, mais comunicativo com o público (utilizando os recursos da sociedade espectacular)? Sendo assim, não se estará a contrariar uma das condições da vanguarda histórica: a da tensão permanente com o grosso do público, não educado na nova linguagem?

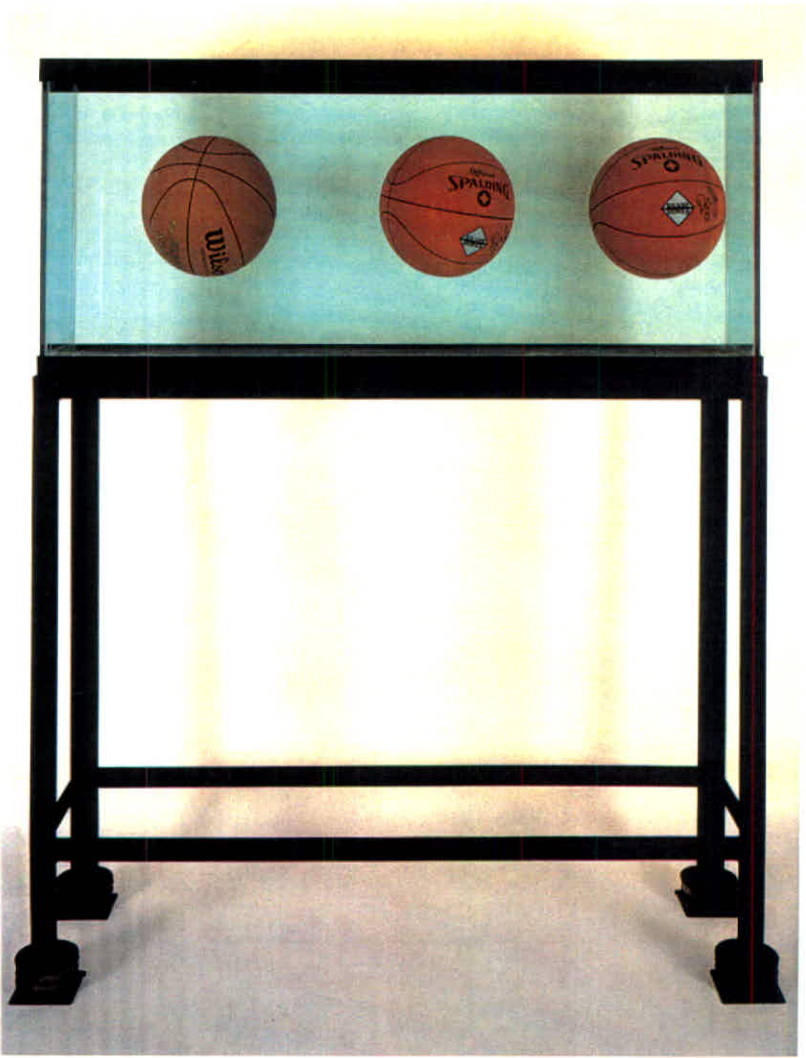
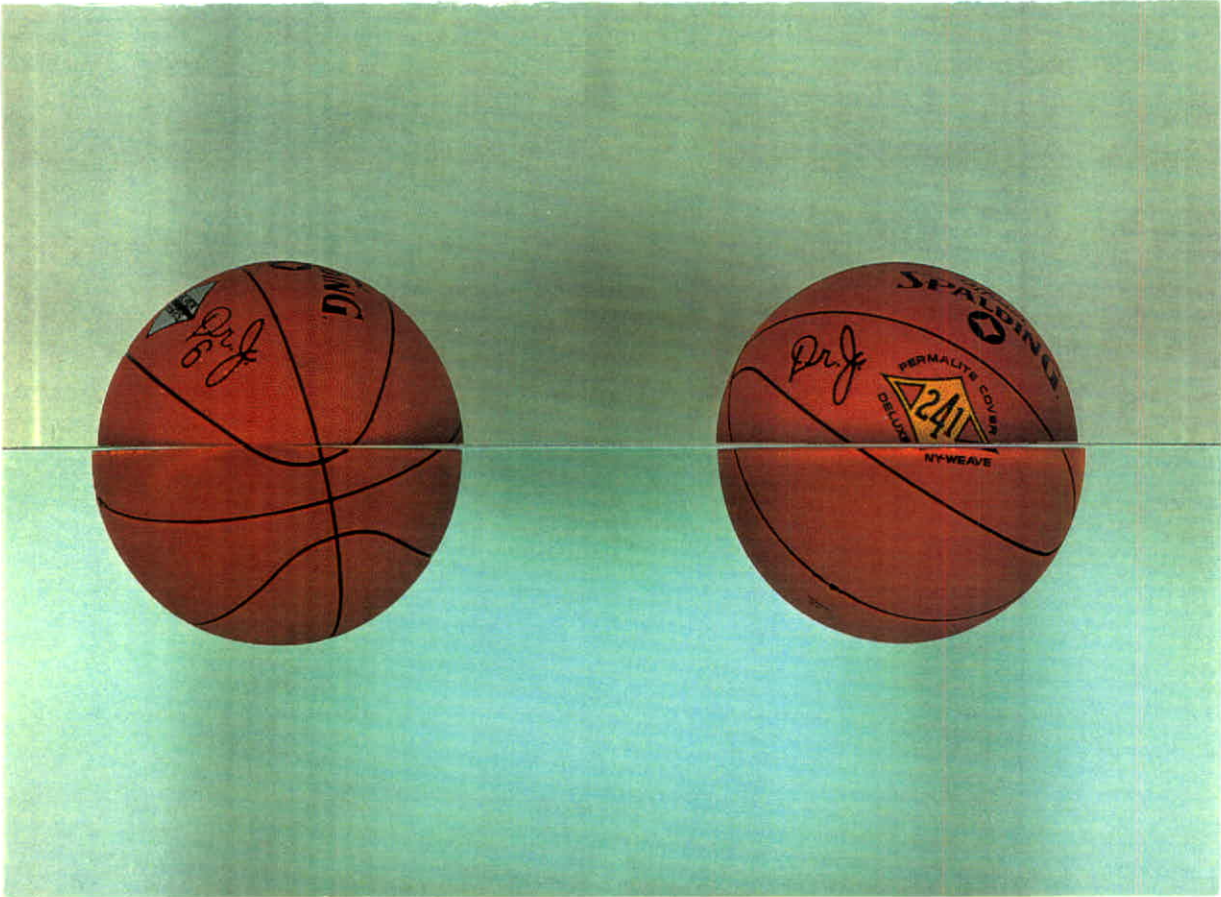
Outras questões no entanto se colocam: o sucesso de um artista

poderá significar a boa saúde da (sua) arte? Se o que ele deseja é reconquistar a eficiência comunicativa da arte (talvez fosse melhor obtê-la através dos *mass media*), salvar a arte, salvar as massas (tão desprezadas pelo elitismo vanguardista) então o que ele propõe como mediador, não é a arte, mas a si mesmo. Ora esta atribuição a si próprio de semelhante tarefa reproduz de certa maneira a retórica habitual da propaganda política – «sem nós o caos», o que pressupõe que quem não acredita ou não confere crédito é contra a ordem, a necessidade – como estratégia de captura de credibilidade, como arma de um processo de mistificação apesar de jogar parodica e comicamente com as ideias adquiridas, tradicionalizadas, da arte moderna. A instituição social da arte apoiar-se-ia como, de resto, o próprio mercado somente no prestígio de uma assinatura? O seu sucesso, o seu cinismo não deixa de ser uma certa espécie de denúncia ao apontar qual a via disponível, ao mesmo tempo, que reforça o sentimento de esgotamento e de clausura ou sem-saída. E, simultaneamente, de queimar a tradição da arte moderna acelerando-lhe o seu fim?

Jeff Koons é uma espécie de controlador de tráfego de objectos, imagens, produtos e mercadorias para o círculo artístico. Age como um coleccionador que vê as coisas existentes no mundo como seus modelos. Modelos sobre os quais se exerce o domínio e saber artesanais em favor da imitação que é recuperada nesta estratégia como simulação e nunca como forma de aproximação à realidade ou essência do mundo. Agindo como coleccionador resgata o que é fugitivo e transitório e salva da ameaça de desaparecimento. Só que enquanto coleccionador, ele simula os modelos quotidianos e não aqueles de anterioridade histórica ou cultural. Estes modelos são em si mesmos degradados. A sua replicação e imitação funciona como resposta a uma necessidade de distância estética - permitindo que se possa ver a banalidade – vis-à-vis a vida quotidiana e ao mesmo tempo como *trompe-l'oeil* da banalidade (ilusão). O banal adquire, pela imitação, o mesmo prestígio popular que outrora teriam tido as idealizações de personagens do passado.



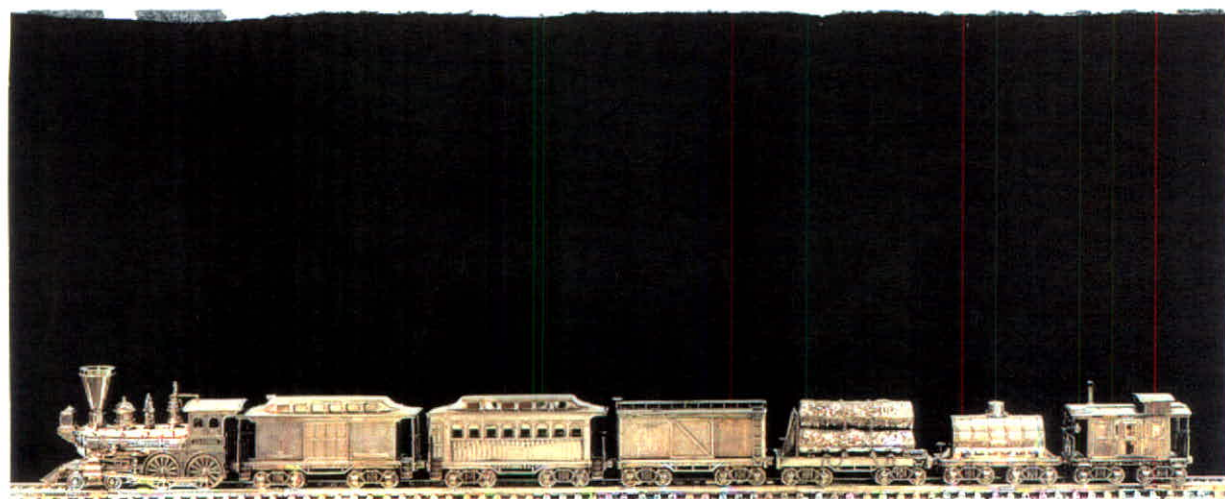
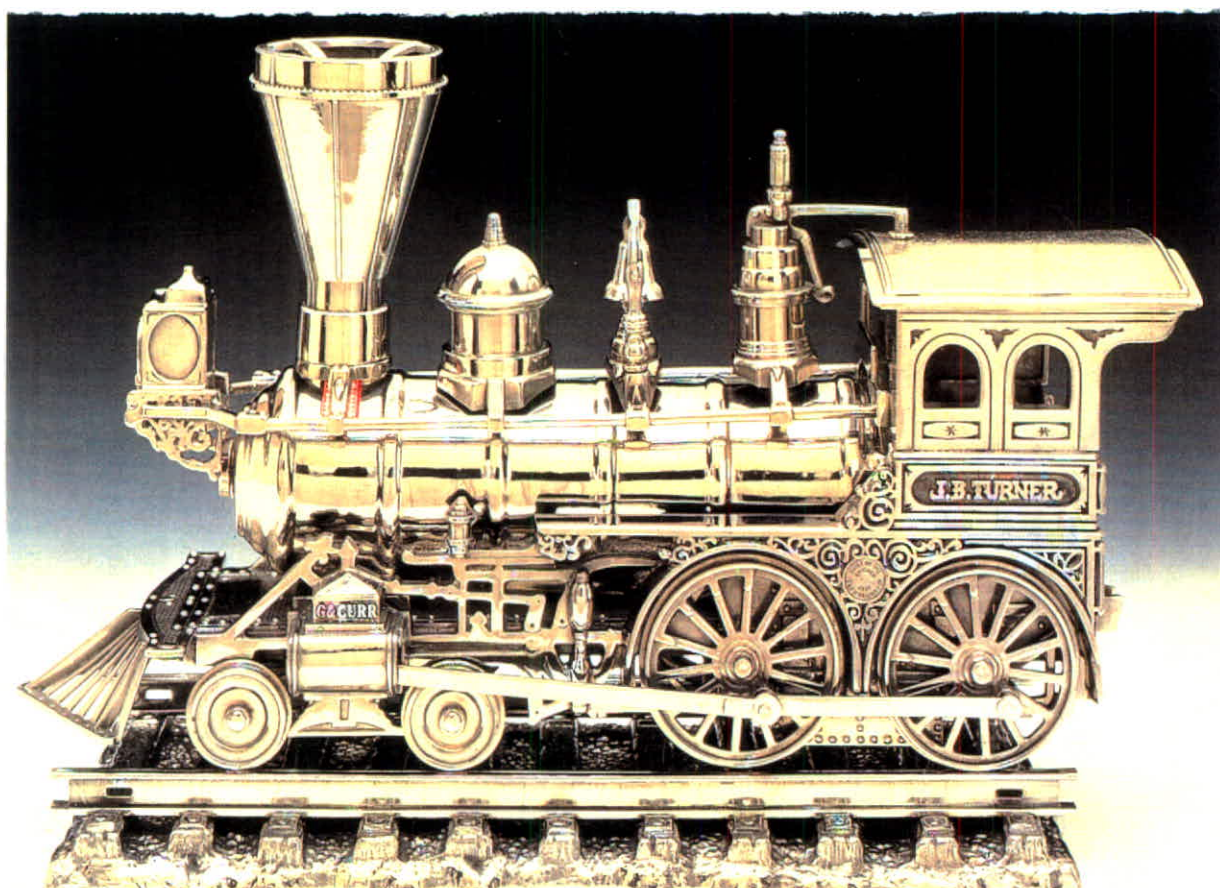










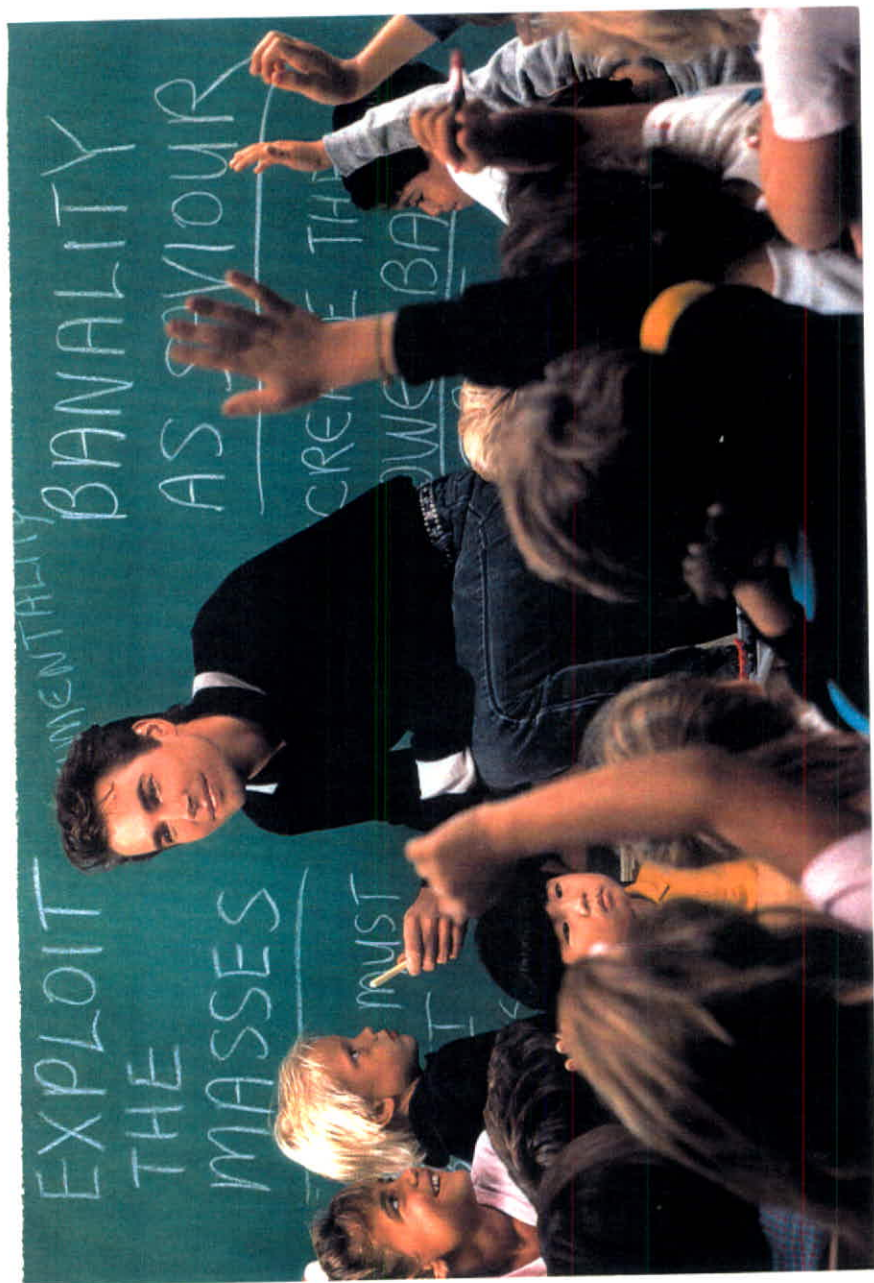


Stay in tonight.



Alcohol content: 40% alc/vol (80 proof). Imported by S. P. Corp., New York, NY. © 2000 S. P. Corp.





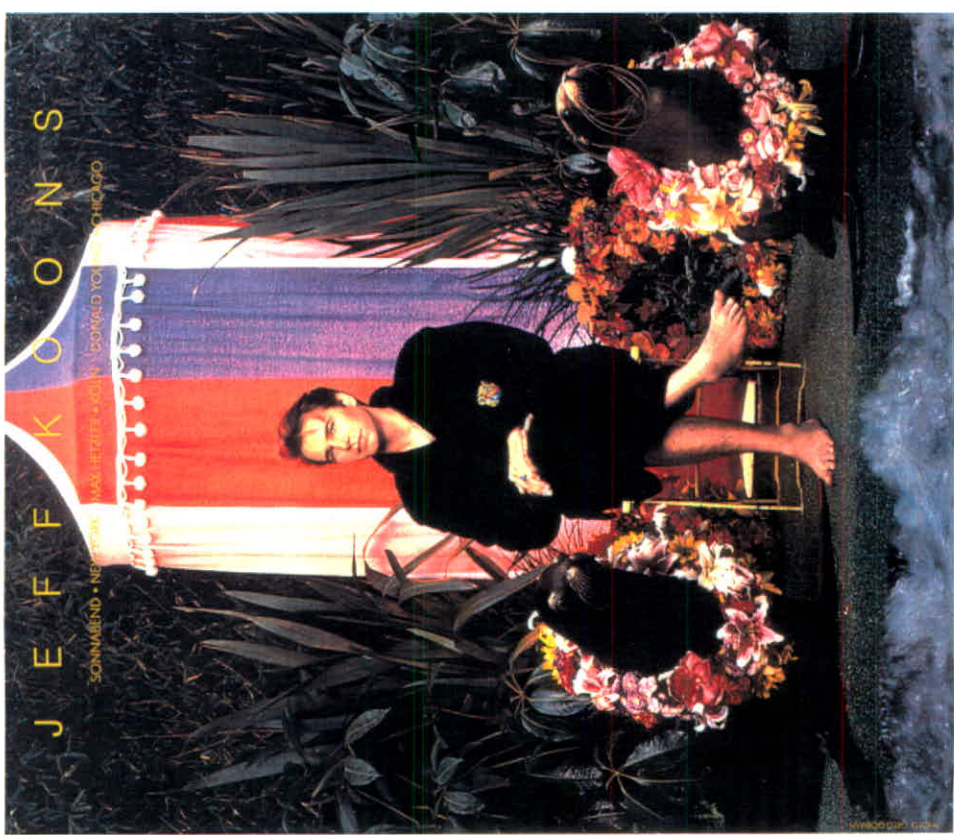
J E F F K O O N S

SONNABEND • NEW YORK • MAX HETZLER • KÖLN • DONALD YOUNG • CHICAGO



J E F F K O O N S

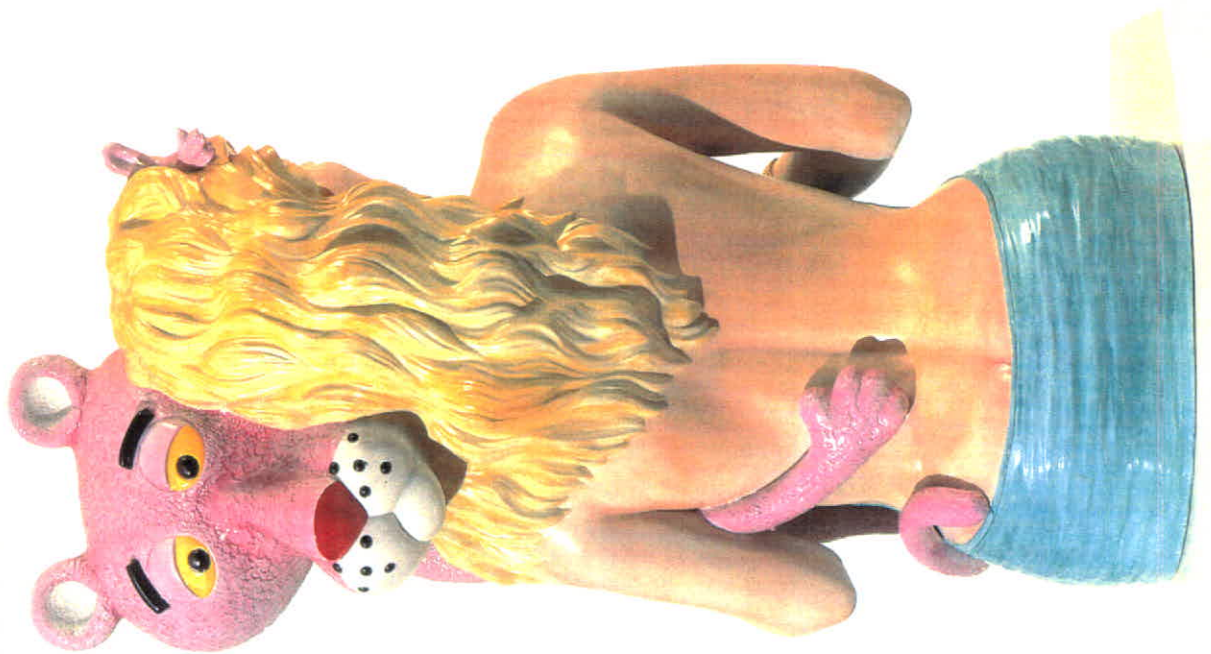
SONNABEND • NEW YORK • MAX HETZLER • KÖLN • DONALD YOUNG • CHICAGO



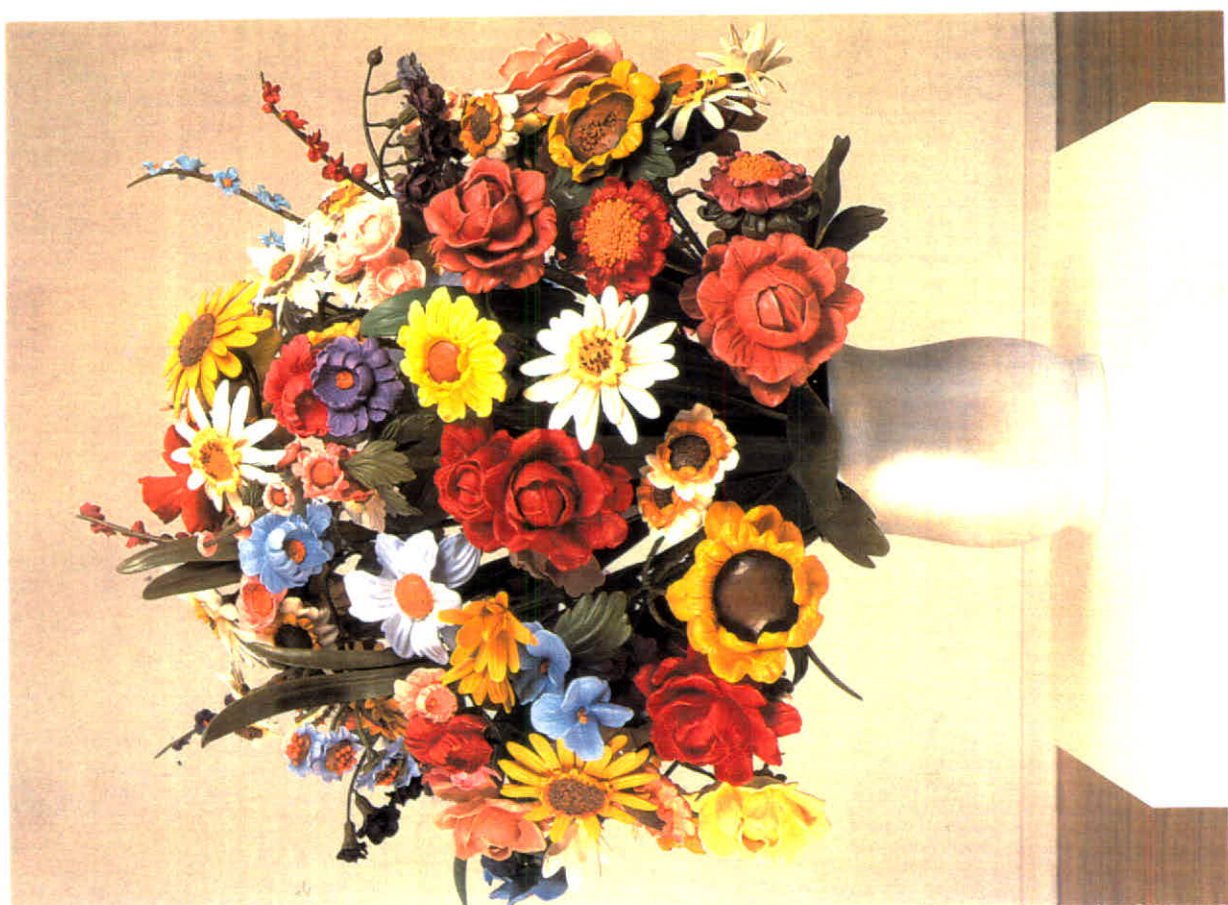


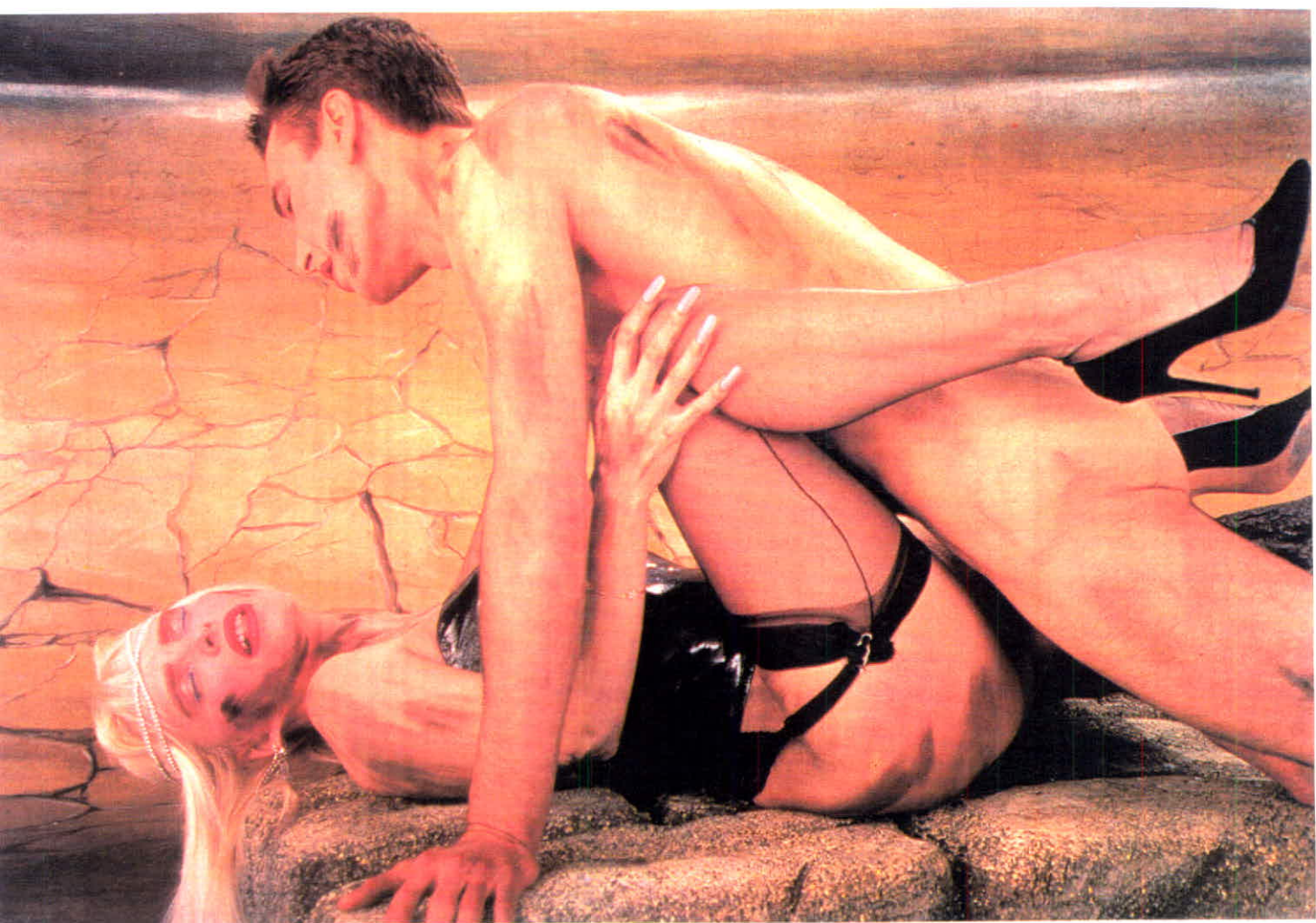




















Lista de ilustrações:

- 1 - The New Jeff Koons, 1980
Duratran, 106.7 x 81.3 x 20.3 cm
- 2 - New Hoover Deluxe Shampoo Polishers, 1980-86
Três shampoo polishers, plexiglas, luzes fluorescentes
142.2 x 91.4 x 38.1 cm
- 3 - New Hoover Deluxe Shampoo Polishers, New Hoover Quik-Broom, New Shelton Wet/Drys Tripledecker 1981-87
Três shampoo polishers, três aspiradores, plexiglas
231.1 x 137.2 x 71.1 cm
- 4 - Pormenor de Two Ball 50/50 Tank, 1985
- 5 - Three Ball Total Equilibrium Tank, 1985
Vidro, aço, reagente clorito de sódio, água destilada, bolas de basquetebol
153.7 x 128.8 x 33.7 cm
- 6 - Dr. Dunkenstein, 1985
Poster Nike emoldurado, 115.6 x 80 cm
- 7 - Moses, 1985
Poster Nike emoldurado, 115.6 x 80 cm
- 8 - Aqualung, 1985
Bronze
68.6 x 44.5 x 44.5 cm
- 9 - Jim Beam -- J.B. Turner Engine, 1986
Aço inoxidável e bourbon
27.9 x 43.2 x 16.5 cm
- 10 - Jim Beam -- J.B. Turner Train, 1986
Aço inoxidável e bourbon
289.6 x 27.9 x 16.5 cm
- 11 - Stay in Tonight, 1986
Óleo sobre tela
124.5 x 121.9 cm

12 - Rabbit, 1986
Aço inoxidável
104.1 x 48.3 x 30.5 cm

13 - Art Magazine Ads (Artforum), 1988-89
Litografia
114.3 x 94.6 cm

14 - Art Magazine Ads (Art), 1988-89
Litografia
114.3 x 94.6 cm

15 - Art Magazine Ads (Flash Art), 1988-89
Litografia
114.3 x 94.6 cm

16 - Saint John The Baptist, 1988
Porcelana
143.5 x 76.2 x 62.2 cm

17 - Michael Jackson and Bubbles, 1988
Porcelana
179.0 x 106.7 x 82.6 cm

18 - Ushering in Banality, 1988
Madeira Policromada
157.5 x 96.5 x 76.2 cm

19 - Naked, 1988
Porcelana
115.6 x 68.6 x 68.8 cm

20 - Amore, 1988
Porcelana
81.3 x 50.8 x 50.8 cm

21 - Winter Bears, 1988
Madeira policromada
121.9 x 111.8 x 39.4 cm

22 - Pink Panther, 1988
Porcelana
104.1 x 52.1 x 48.3 cm

23 - Poodle, 1991

Madeira policromada

100.3 x 58.4 x 52.1 cm

24 - Ilona with ass up, 1990

Óleo sobre tela

365.8 x 243.3 cm

25 - Yorkshire Terriers, 1991

Madeira policromada

44.5 x 52.1 x 43.2 cm

26 - Large Vase of Flowers, 1991

Madeira policromada

132.1 x 109.2 x 109.2 cm

27 - Dirty -- Jeff on Top, 1991

Serigrafia sobre tela com pintura a óleo

228.6 x 152.4 cm

28 - Manet, 1991

Serigrafia sobre tela com pintura a óleo

228.6 x 152.4 cm

29 - Red Butt (Close-up), 1991

Serigrafia sobre tela com pintura a óleo

228.6 x 152.4 cm

30 - Bourgeois Bust -- Jeff and Ilona, 1991

Mármore

113.0 x 71.1 x 53.3 cm

31 - Puppy, 1992

Aço, plantas e terra

1198.9 x 500.4 x 660.2 cm

Take 2

***The New*” (1980)**

“My work has no aesthetic values other than the aesthetics of communication”
(Jeff Koons)

“The New”¹ dá continuidade aos processos iniciados num período anterior aos anos oitenta, denominado ora por “Early” ora por “Pre-New”. “Pre-New” saldou-se pela colocação de insufláveis escolhidos no mercado (brinquedos, por exemplo) sobre e diante de dispositivos de espelhos montados em diedro e, também, por acoplar diversos electrodomésticos sobre bases e painéis de lâmpadas fluorescentes². As lâmpadas fluorescentes – numa reminiscência da obra minimal de Dan Flavin³ – são organizadas em paralelo, quer na horizontal quer na vertical. Jeff Koons inicia a década de oitenta com uma série de obras centradas na questão da *exposição da exposição* de aspiradores novíssimos, ainda por usar, em dispositivos análogos aos de qualquer montra.

O dispositivo de uma montra pode ser descrito do seguinte modo: um plano transparente a separar interior e exterior; luzes incidentes num objecto *em cena*, posando, em exposição ou melhor, numa ostentação sacralizante. Um dispositivo para produzir, *mediante* a ênfase excessiva na presença material do objecto de exposição, a estupefacção.

Exposição da exposição refere o processo que está na origem desta série de obras: formalmente, resultam da associação de um objecto quotidiano (*ready-made*) e a montra (ou o relicário) no interior da qual ele, exposto, à vista, *brilha*. A iluminação produz ainda uma espécie de auréola do objecto: oferece-o *irradiante* à visão com a mesma mão com que o captura. *Exposição da exposição* refere precisamente a dupla operação em curso de integração do valor/função expositivo como um momento constitutivo do próprio objecto artístico, numa linha de continuidade duchampiana do *ready-made*.

Os aspiradores “New Hoover” são dispostos – re-apresentados – em caixas transparentes feitas em plexiglas ou acoplados a suportes verticais sobre bases de iluminação fluorescente. (O plinto e a caixa estão unidos, sendo que o plinto é luz.) Em ambos os casos, os electrodomésticos são dispostos segundo as mais diversas combinações, isolados ou em pares, – jogando com as suas posições, as suas cores e o seu tipo/função. Essas caixas transparentes, assentes directamente no chão, variaram em altura,

¹ Eventualmente por razões comerciais esta série de obras “New Hoover Celebrity” foi continuada ao longo dos anos oitenta a par de outras séries. A data 1987, encontrada na monografia editada por Angelika Muthesius sobre o autor na Benedikt Taschen, pertence a uma das últimas obras desta série.

² As primeiras obras (1977-78) de Nova York, são flores insufláveis, brinquedos, colocadas em espelhos quadrados e em folhas de plexiglass. Essas flores são dispostas na parede, nas prateleiras, aos cantos no chão. Informações da entrevista do autor a Jeanne Siegel in *Arts Magazine*, (Outubro, 1996) “Jeff Koons: the unachievable states of being”.

³ Dan Flavin foi precursor na escultura minimal dos anos sessenta ao utilizar, da forma mais directa e provocatória, a luz fluorescente, como objecto de instalação e de desmaterialização.

em dois ou mais andares, permitindo assim a exploração da verticalidade própria dos monumentos. Cada caixa, contendo cada uma um ou dois aspiradores com a sua iluminação própria, é, muitas vezes, empilhada sobre uma outra para construir uma espécie de estante estanque. Em cada uma dessas estantes, os aspiradores são acumulados para enfeitiçarem o olhar e o desejo do espectador ou do coleccionador. Os aspiradores não estão *fora de serviço*: continuam a ser instrumentos em *ótimo* estado de conservação. Eles estão só *indisponíveis* para um tipo de experiência que, ao reduzi-los a objectos funcionais, os desgasta. Os valores simbólico e económico, enfatizados por estas caixas, dependem de os aspiradores estarem intactos, inanimados, e desde modo possuírem o estatuto de 'coisas' ou de puras imagens -- isto é, o de organizações geométricas intransitivas, não-representacionais, específicas na sua identidade e materialidade.

Cada obra, podemos dizer, constitui um *modelo* de exposição e colecção. Constitui uma *redoma*. Estas obras derivam de um exercício de colecção. A temática dos objectos coleccionados não é prevalecente apesar de se ter centrado quase exclusivamente nos mais diversos modelos de aspiradores⁴. Mais do que o próprio objecto exibido, na sua substância e funcionalidade intrínsecas, é efectivamente a operação de *transfiguração* do objecto (e de qualquer outro) a signo que está aqui em causa. A percepção dos objectos modifica-se numa colecção. No domínio da apropriação (e não no da "criação"), o objecto entra noutro tipo de temporalidade (cíclica) ao ser resgatado da temporalidade "real", do tempo da usura e da obsolescência. Aí, à semelhança do que se verifica na sociedade de consumo, a diferenciação interna e a homogeneização própria da lógica dos signos, rege a produção desta série; as combinações são infinitas. A par da assinatura, as características enumeradas fazem desta série um *modelo*. Reproduzindo os dispositivos materiais para a conservação e exposição de obras valiosas, o artista *espelha*, em simultâneo, *em obra*, quer o dispositivo de constituição de um objecto qualquer em obra de arte, quer o da sua constituição em objecto de colecção. Que esta exposição tenha sido inaugurada num museu e se assinale a aproximação deste ao supermercado, só terá o sentido de atestar, a ambos, o estatuto de lugares de exposição e de sedução para além de o de circuitos de controle de percursos, informações e valores. A espectacularização da mercadoria ocorre, pois, sem resistência aparente, nesse espaço *protegido especialmente* pelo olhar "puro".

⁴ A propósito do significado da escolha do aspirador, em entrevista à revista *Art & Design*, 1989, Koons afirma: "I used vacuum cleaners because they are sexual and also anthropomorphic, they are breathing machines, they are lungs, and they have sexual connotations to them, it's to do with the apparatus that they are made of. Every one of those pieces is labelled 'new', like *New Hoover Convertible*." "In the body of work I called *The New*, I was interested in a individual psychological state tied to newness and immortality." (Giancarlo Politi, Jeff Koons, *Flash Art*, 132, Fev. Mar., 1987)

Os títulos destas obras começam sempre por “New...” a anteceder a marca e o tipo/função de cada aspirador exposto. Alguns exemplos: “New Hoover Quick-Broom & New Hoover Celebrity IV” (1980), “New Hoover Deluxe Shampoo Polishers” (1980-86) ou “New Shelton Wet/Drys 5-Gallon, 10-Gallon, Doubledecker” (1981-1986). A marca do aspirador (nome próprio do objecto-signo) e o tipo de aspirador assinalam a sua diferença *funcional* em relação aos restantes termos da série. Visto que, a anteceder a reprodução do teor do “rótulo” de cada aspirador exposto enquanto título da peça, – precisamente, a descrição que posiciona o objecto numa “sistemática latente” – surge a incessante reiteração de “The New”, podemos dizer que a preocupação desta série está focada na *re*-apresentação da *novidade* como valor simbólico-económico. Para lá das diferenças entre os objectos expostos, coleccionados, um destino comum os espera: o de serem *alibi* de um discurso tautológico que os transforma em provisória actualização da última novidade. Paródia do teatro de operações da arte contemporânea? Talvez sim, se pensarmos que o fenómeno da feiticização da novidade na vida quotidiana participa, intimamente, da busca compulsiva do novo encetada pelas vanguardas passadas e recentes (ou vice-versa). Transparece, certamente, a reversão do “investimento” publicitário (com as suas técnicas de *fazer-valer*) sobre os objectos – que os transforma em modelo e em *fait-divers* espectacular, isto é em valor-signo – em obra instalada no “espaço” *rarefeito* da arte.

A esta série pertence uma outra obra: uma fotografia do artista aos oito anos com uma caixa de lápis de cor. Segura um lápis na mão no preciso instante em que, sorridente, cede à solicitação do fotógrafo. Esta fotografia está impressa sobre um painel luminoso de publicidade e intitula-se: “The New Koons”. A imagem, impressa sobre a superfície transparente, iluminada por detrás, adquire o valor de objecto. Aliás, os objectos industriais quotidianos, na sociedade de consumo ou da informação, são igualmente imagens. Tendo em consideração o contexto no qual “the New Koons” participa, a fotografia, como dispositivo de captura da aparência daquilo que *já foi*, está no lugar do objecto doméstico coleccionado.

O título desta obra acaba por nos levar a pensar, como afins, a novidade dos objectos e a novidade de um artista *em estreia*; mais, coloca como produtos equivalentes o “objecto de consumo” (reprodutível) e o (próprio) “artista-autor”. A apresentação do artista ainda *infante* – numa imagem de um “tempo” anterior à sua constituição em sujeito-criador, autor-artista – estabelece uma metáfora da estreia (como autor) do sujeito fotografado. A actualidade do artista-Koons-adulto parece associar, à virtualidade do ser-artista, à vocação que se representa em “The New Koons”, o reconhecimento institucional, presente, do indivíduo enquanto artista de “The New”. Como se o reconhecimento institucional, posterior a essa fotografia, em que o infante assumiu (miticamente) a pose do artista

confiante -- como se o fosse *já* naquele instante -- viesse apenas constatar e autenticar a actualização dessa figura de artista que Koons tratou de "encarnar". "The New Koons" representa linguística e fotograficamente a personalização do artista. Essa personalização consiste na recriação de si mesmo em coincidência consigo numa individualidade de síntese formada por intermédio de signos distintivos. A imagem fotográfica identifica, deícticamente, Koons enquanto jovem. Mas, na verdade, o que o título faz é outra coisa. O título não identifica a 'pessoa' retratada com as suas diferenças reais, exclusivas -- tal como a tradição ocidental forjou a 'pessoa' como valor absoluto -- mas, isso sim, identifica o nome-próprio, genérico, de um produto industrializado e comercializado. "New Koons" vem contextualizar e implicar o seu autor como equivalente a mais um modelo de aspiradores: "New Hoover". O título, na relação estabelecida com a imagem, esvazia a 'interioridade' do retratado. É um bom comentário à obsessiva produção de diferença no interior da sociedade de consumo. Bastou, a Koons, muito pouco, para ter o prazer de afirmar a sua personalidade re-encontrada -- para ser ele mesmo mais do que nunca.

Uma coisa é certa: o tomar-se a si próprio como objecto, enquanto mercadoria/signo, (a diferença funcional a jogar com a diferença estatutária) irá tornar-se no seu percurso uma constante a nível promocional, mediático e artístico. Sabemos, pelos cartazes de promoção da exposição individual de 1988, "Banality", realizada como todas as outras em três cidades (Nova Iorque, Colónia, Chicago), que ele não inclui qualquer referência ao título da *exposição-tour*. Apenas são designadas da seguinte maneira: "Jeff Koons", mais a imagem *actual* de corpo inteiro e a menção da galeria de arte de cada cidade. Cada fotografia publicitária respeitante à exposição é pensada como se de uma campanha publicitária ou eleitoral se tratasse. Para isso, recorre a todo o tipo de especialistas da imagem -- ao fotógrafo e estilista de Michael Jackson, por exemplo. Assume-se, na realidade, no seu papel de artista, do artista-vedeta ou estrela. Nesse plano ensaia um princípio de reciclagem perpétua pela indexação num código de personalização. Nesse plano, como nos adverte Baudrillard, a "pessoa" como instância de determinação, na sua "liberdade", desaparece para dar lugar a um estado de ser em mobilidade que se traduz em *cumplicidade* de se ser apenas termo de "relações múltiplas de inter-relações móveis", ou seja, de se encontrar na intersecção dos outros. Nesse espaço intersticial ele projecta sobre si figuras (por exemplo, a do yuppie-treinador de animais ou a do líder de uma classe de aula) envolvidas em situações diferentes de «comunicação». Demanda da fotogenia que as fotografias criam e não desvendam. Pois que, a fotogenia "é a faculdade de se conseguirem fotografias que vão *mais longe* do que o objecto real"⁵. É a faculdade de o tornar numa multiplicidade virtual de figuras.

⁵ Michel Tournier, 1986; 11.

No início dos anos noventa, ao lado da porno-star e deputada do parlamento italiano, Cicciolina, Koons culminará este processo.

"Equilibrium"(1985)

"O capitalismo sobrevive forçando a maioria que explora a definir os seus próprios interesses com a maior mesquinhez possível. Outrora, isso conseguia-se pela miséria generalizada. Hoje, nos países desenvolvidos, está a conseguir-se pela imposição de um falso critério do que é, ou não desejável." (J. Berger)

Se a anterior série de objectos consistia basicamente num prolongamento da tradição do *ready-made*, por uma transferência e re-contextualização de objectos industriais, no espaço institucional da arte, a série seguinte, "Equilibrium" acentuou outro tipo de problemas. Ela vem reatar procedimentos de duplicação e de 'industrialização' da produção artística que caracterizaram, respectivamente, a Pop Art e Minimal Art. Esta série necessitou dos serviços de especialistas na fundição das obras - - cujos modelos são objectos produzidos em série - e dos conhecimentos do físico, Richard P. Feynman⁶ para encontrar um meio de suspender as bolas de basquetebol em água.

Toda a produção desta série é, por ele, supervisionada em todas as suas etapas. Jeff Koons confessa exigir, dos fundidores das suas peças, a imitação exacta e perfeita de todos os aspectos de um objecto-*como-modelo*, inclusivé daqueles pormenores aparentemente acidentais⁷ -- defeitos de fabrico -- susceptíveis, por isso, de serem suprimidos.

A partir desta altura, até "Made in Heaven" inclusivé, cada um dos seus objectos pertence a uma edição de dois ou três exemplares⁸. Um pormenor: os artesãos podem assinar as suas peças. Jocosamente, num filme realizado em 1992 sobre si, comenta a pretensão dos seus artesãos se verem como os verdadeiros artistas quando, por comparação, é ele quem o é, sendo o mais bem-pago, o mais famoso, quem os expõe e se apresenta como o proprietário da produção.

A série de obras convocando o mundo-do-desporto desdobra-se em três séries:

⁶ Informação dada pelo artista a Anthony Haden-Guest in *Jeff Koons* Angelika Muthesius (ed), Colónia Benedikt Taschen, 1992.

⁷ "the cast pieces are maintaining the integrity of the object to such a degree that my hand, my own physical involvement, disappears. Nothing is done to alter the viewer's confidence in, or psychological perception of, the object. Any diminishment or increase of its imperfections would affect its ability to convince in the arena of display; and total confidence, total conviction, are essential if these works are to achieve their goal." (Giancarlo Politi, *Jeff Koons Flash Art*, 132, Fev. Mar. 1987; 161)

⁸ Veremos, no entanto, em "Made in Heaven" reaparecerem algumas obras de prova única do artista.

1ª) uma série de obras consistindo na imersão total ou parcial na água de bolas de basquetebol a flutuarem, ao mesmo nível, numa espécie de aquários;

2ª) posters publicitários da “Nike” emoldurados cujas matrizes são as originais e não fotografias de fotografias⁹;

3ª) re-makes¹⁰ em bronze (sem pintura *imitativa* posterior¹¹) de instrumentos de desportos sub-aquáticos (colete, tubo de respiração, botija de oxigénio colete salva-vidas, barco de borracha) e bolas de basquetebol ou de futebol em bronze, que, deste modo, parecem *fossilizados* na sua desfuncionalidade. Desfuncionalidade que ilustra e repete, de outra maneira, o processo de conservação ou de preservação que vimos operante na série de obras “The New”.

Os aquários paralelepípedos, assentes em quatro pés (totalmente cheios de água destilada para a imersão total das bolas; por metade da sua capacidade, para a imersão parcial – metade – das bolas) são

⁹ Em contraposição, à prática de re-enquadramento de fotografias existentes de artistas como Sherrie Levine ou Richard Prince, Koons respeita a integridade específica das imagens apropriadas. Para isso, a utilização das matrizes dos anúncios é negociada legalmente com as empresas publicitárias – tanto em “The Equilibrium” quanto em “Luxury and Degradation”. A utilização das matrizes é condição necessária para que as suas obras respeitem a identidade específica dos objectos duplicados. No contexto de uma obra construída por outros executantes, que não o autor, as matrizes são uma garantia crucial na manutenção das informações respeitantes ao objecto a duplicar; já que elas são, em princípio, mais precisas do que os esboços ou anotações. As suas obras, a grande maioria delas, são determinadas numericamente (até três exemplares de cada peça, no máximo). Sobre esta problemática da “matriz”, conceito, tipos e funções, cf. Luis Prieto “Le Mythe de L’Original” em Gérard Genette (ed.) *Esthétique et Poétique*. Paris, Seuil, 1992.

¹⁰ *Remakes* ou reproduções segundo a terminologia de Luis Prieto no já mencionado “Le Mythe de L’Original”. Prieto estabelece uma distinção entre a cópia e a reprodução. A cópia implica a tomada de um original como um “sinal”. As informações, respeitantes à identidade específica (constituente) da obra a copiar, envolve sempre um certo grau de interpretação do copista. Este escolhe as características pertinentes e não pertinentes de um objecto; a sua classificação depende uma hipótese sobre os parâmetros considerados pertinentes das obras providas de uma determinada arte. A reprodução, implicando o aproveitamento da realização original de uma obra, tomando-a como matriz, envolve um grau mínimo de interpretação. Um grau mínimo intransponível, muito embora, a tarefa fique a cargo dos meios técnicos de reprodução. É que estes também funcionam como *filtros* – só que são filtros, no limite, tendencialmente neutros, na medida em que numa reprodução se procura produzir um objecto com o máximo de características possíveis do original. A maior quantidade de informação contida numa reprodução é uma garantia de que as características pertinentes do original, tomado como meio material para produzir realizações não originais (matriz), foram ‘propagadas’. Os moldes, os negativos fotográficos, etc. são exemplos de matrizes.

Luis Prieto, no fim do artigo, ressalva a indistinção entre original (produto de uma invenção: a de um conceito, de uma identidade específica do objecto e não a do objecto realizado) e reprodução graças à sofisticação dos actuais meios de reprodução que permitem a passagem da totalidade das características (pertinentes ou não) de um original. A consequência lógica é, naturalmente, a de que as reproduções podem ser consideradas realizações de uma obra. É aceite como realização de um objecto (não original), aquela que possuir, efectivamente, a identidade específica constituinte da obra.

¹¹ Pensamos nos bronzes pintados de Jasper Johns a partir de objectos quotidianos realizados nos anos sessenta: a lata de café Savarin com os pincéis sujos de «molho»; as duas latas de cerveja *Ale*. A pintura dos rótulos à *mão livre* e das manchas de tinta sobre os pincéis sobre as superfícies ocultam o bronze no qual as formas dos objectos referidos foram fundidas. A superfície pintada é um signo como o é o objecto duplicado noutro material. A duplicação de um objecto quotidiano, em outro material, acrescenta perenidade e uma outra identidade ao objecto-modelo ou matriz.

construídos com os seguintes materiais: vidro, aço pintado de preto e um reagente, clorito de sódio. As suas dimensões reais variam, em comprimento, consoante o número de bolas flutuantes. Esses tanques, diferenciáveis das *câmaras ardentes* dos aspiradores, são os lugares (sub-aquáticos) de *fixação*, do movimento *imobilizado* das bolas de basquetebol. Neles, tem lugar a refacção e a multiplicação, por reflexão, das bolas de acordo com as posições relativas do observador aos lados dos tanques -- principalmente, nos alçados destes -- e, em função da quantidade de água dos tanques. A multiplicação especular das bolas, no seu interior, acarreta a consequente sensação de *dilatação* da verdadeira dimensão dos tanques. Quando as bolas estão parcialmente imersas -- com o nível de água a dividir a metade cada bola -- apenas, na metade inferior do tanque (abaixo do nível de água) ocorre a refacção e a multiplicação horizontal das metades inferiores de cada bola, numa evidente manifestação de *disjunção* óptica das duas zonas do tanque e das partes de cada bola; pelo contrário, quando estão totalmente imersas, dá-se uma homogeneidade dos fenómenos; ou seja, a multiplicação *virtual* das bolas, por ser integral, não destrói a percepção da totalidade de cada bola nem a percepção da alteração óptica da totalidade do aquário.

Os títulos dos tanques são enunciados pela seguinte ordem: "..... (nº de bolas) em tanque de equilíbrio total" (para tanques totalmente cheios de água) e "..... (nº de bolas) em tanque de equilíbrio 50/50" (para tanques com água em metade da capacidade do aquário). São descrições técnicas que são completadas, ainda, pela referência às inscrições de cada bola de basquetebol. Exemplos: "Three-Ball 50/50 Tank (Two Dr. J. Silver Series, Wilson Supershot)" (1985) ou "Two-Ball Total Equilibrium Tank (Spalding Dr. J. Silver Series, Wilson Agressor)" (1985).

Modelos de equilíbrio ou simulacros de equilíbrio, estes tanques, não remetendo para além de si mesmos, propõem uma dimensão alucinatória à experiência perceptiva do observador. Teatrais, na relação com o observador, permitem que este, por um lado, os perceba como meros -- apesar de absurdos -- tanques com água e bolas a flutuarem e, por outro lado, como metáforas da conservação de um estado físico de equilíbrio, perceptível como imobilidade e imponderabilidade paradoxais. Cada tanque, tal como um dispositivo laboratorial de conservação biológica, mostra a conjugação do orgânico e do inorgânico, ou do vivo (*como* bola) e do morto (*como* paragem imobilizante de uma simples bola), preservada para além do tempo histórico¹². A imobilização das bolas, nesses tanques

¹² A utilização artística de vitrinas segue o mesmo propósito de museificação do presente, do instante, esterilizando ou mantendo imaculados os objectos. Retira-os do ciclo de *degradação*, da usura, para os fetichizar como mercadoria-fetice ou como tesouros.

As caixas- ou malas-museu de Marcel Duchamp são um antecedente provável destes objectos-monumentos, como as vitrines, que integram, antecipando, o processo de museificação da obra de um artista moderno. Enquanto as prateleiras de Haim Steinbach funcionam como prateleiras de confrontação de tipos de objectos (de design, artesanais ou *Kitsch*), as vitrines de Joseph Beuys são

de refacção, gera no observador interpretações e percepções ópticas erróneas visto que, nos tanques referidos, se verifica uma disjunção-conjunção permanente e instável entre o todo e as suas partes; entre o continente e o conteúdo; entre as dimensões objectivas dos objectos e as suas escalas discordantes. Só por isso caberia, com justiça, a estes tanques, a denominação 'modelos de interpretação perversa'.

Os posters encenam as mais diferentes situações comunicacionais nas quais a marca "Nike" aparece como chancela e protagonista em paridade com os ídolos de basquetebol. O logotipo, ubíquo no canto superior direito de todas as imagens, aparece repetido nas mais diversas escalas, planos e profundidades sob os mais diversos disfarces. Uma banda horizontal, visualmente variada, em que todas as imagens se apoiam, serve de suporte de inscrição de uma legenda identificadora do objecto fotografado. Analogamente à efectuada operação de re-apresentação dos aspiradores e de si próprio, o artista re-introduz no contexto galerístico as formas de produção figurativa da cumplicidade entre publicidade e o desporto, a produção de prestígio da relação entre a marca de produtos e o nome da estrela. Simula a frequente operação de *anexação* mútua da marca e da estrela. A raça negra aparece, nesses anúncios, associada ao mundo do basquetebol e, dessa maneira, a "suportar" a promoção da "Nike". *Mediante* a publicidade da marca, os *ídolos* contactam com o seu público; através dos ídolos, a marca vê ampliadas as possibilidades de mercado mais o seu prestígio. Se o *dispêndio* sumptuário transmuta o valor de troca económica em valor de troca simbólica e em valor de troca-signo – como, aliás, se verifica no leilão de arte – então, podemos compreender a homologia entre as estrelas do desporto (como valores-signo) e as obras de arte (super-signos).

A raça negra, por intermédio das suas estrelas do basquetebol, aparece, na publicidade, ora a re-encarnar heróis míticos da raça branca ora a ser uma sua encarnação específica. Como exemplo do primeiro caso: o poster intitulado "Moses" cujas ambíguas relações entre a imagem e a palavra são traduzíveis na homonímia "Moses", o jogador, e Moses, a figura bíblica. As "travessias" heróicas realizadas no basquetebol são atestadas pela "Nike"¹³ *rectificando* a autenticidade dos novos «deuses» ou ídolos¹⁴. Por isso, o nome "Moses", localizado na banda horizontal inferior da imagem, está esculpido em mármore – signo de imortalidade.

como museus (apropriando mobiliário de museus arqueológico, antropológico, etnológico) re-arrumando, re-classificando os restos das suas actividades plurais. As caixas de Joseph Cornell: uma espécie de museu fantástico-existencial. As pinturas-retrospectivas de Andy Warhol.

¹³ Jeanne Siegel in *Arts Magazine*, Outubro 1986 : "Jeff Koons: unachievable states of being". Koons associa as Nikes, deusas mitológicas, às sereias tentadoras enquanto figuras da mentira para aumentar a dimensão simbólica desta sua ligação, enquanto artista, à Nike.

¹⁴ Ídolo (*Eidôlon*) teria significado fantasma dos mortos, espectro vindo depois a significar imagem ou retrato. R. Debray in *La Vie et Mort de l'Image*: 19.

Os campos de jogos não são unicamente os lugares da manifestação do talento e da *performance* dos jogadores mas são ainda os lugares da oportunidade social. É então que o talento se mostra como o meio de transpor as barreiras sociais e raciais. Neles, a 'justiça' parece ter sido aplicada sem receios nem favor. A função da "Nike" parece ser valorativa e confirmativa, a de estar aí, nessas imagens, como prova do bom funcionamento do sistema americano; a reforçar os laços afectivo-simbólicos dos americanos incrementando-lhes o orgulho na sua Nação. Por isso, a campanha publicitária da "Nike" leva a cabo o «reforço cultural» -- entendido como o processo pelo qual os «textos» confirmariam as posições ideológicas dos seus espectadores, re-afirmando-lhes a sua pertença, enquanto membros, a um organismo cultural colectivo reforçando a confiança deste em si próprio -- cuja dimensão é importantíssima, para os meios de comunicação de massa, num mundo actual burocratizado e consumista. A referida campanha, em tais moldes, publicitará mais do que os produtos "Nike", um estilo de vida americano com os seus mitos de sucesso, constituindo um painel-de-glória, sob a imagem de marca "Nike".

Esta interpretação ideológica da campanha publicitária não terá escapado ao próprio artista. A preocupação de Koons pela dimensão social da arte ficou expressa na selecção que fez de um tipo de campanha publicitária, mais elaborada como é o caso da "Nike". A apropriação da campanha "Nike" permitiu-lhe, fundamentalmente, expôr a sofisticação retórica e estética desta campanha publicitária e, ainda, focalizá-la como dispositivo espectacular *desviável* pela arte. No dizer do artista, a dimensão social da arte é indispensável como é a da propaganda e da publicidade:

"It's the only way it (refere-se à arte) can truly function. If art is not directed toward the social it becomes purely self-indulgent, like sex without love. Whereas if art is functioning in the social sphere and helping to define social order, it's working purely as a tool of philosophy, enhancing the quality of individual life and redirecting social and political attitudes. Art can define an individual's aspirations and goals as other systems -- for instance, economics -- are defining them now. Art can define ultimate states of being in a more responsible way than economics can, because art is concerned with philosophy as well as with the marketplace." ¹⁵

"Moses" está rodeado de bolas de basquetebol; umas, cravadas nas duas estruturas convexas de madeira (semelhante ao piso de um recinto desportivo) a enquadrar a imagem, de cada lado; e, outras amontoadas atrás de Moses pelo chão de areia. A seus pés, dispersas, estão algumas conchas, búzios e estrelas do mar. O céu, escuríssimo, realçado por umas réstias de cor avermelhada, para lá dos montes, contrasta com a claridade intensa do primeiro plano. De pé, fronte erguida, Moses apoia a mão

¹⁵ Koons a Giancarlo Politi, *Flash Art*, 132- Fev./Mar. 1987; 161.

esquerda num bastão/vara, exibindo, na mão direita, uma bola de basquetebol. Enverga o equipamento vermelho do jogo sob um casaco comprido, entreaberto, a acentuar-lhe o hieratismo da pose – e permitindo a adequada definição do modelo. Mais atentos à imagem, percebemos que a configuração do bastão retorcido é a mesma daquela espécie de “asa” estilizada que sublinha a palavra “Nike” do logotipo. A alusão ao episódio bíblico da travessia do Mar Vermelho (*Êxodo* 14, 1-31) é evidente. Por intermédio de Moisés – lembramo-nos da vara (levantada) e da mão (estendida sobre o mar)¹⁶ – manifesta-se o poder *divino* de divisão das águas que salvou a “pele” do povo israelita. Em “Moses” encena-se esta passagem tendo-se operado para tal uma série de substituições que passamos a assinalar; a vara é a metonímia do logotipo; a estrutura de madeira a substituir as *obedientes* águas que formaram os muros para deixarem passar os israelitas em sêco. A sua travessia está graficamente condensada no movimento seguido pela estrela desde a escuridão à luz; apoiado, obviamente, *na* (vara ou cajado) “Nike”. Esta auxilia-o no seu caminho; garante-lhe o sucesso e, no fim, celebra a sua vitória. A legião de adoradores (tal como sucedeu aos egípcios) reconhecerá o grande feito operado (pela estrela e pela “Nike”). E não esquecerá as palavras seguintes: *Temerão o Senhor. Acreditarão nele e no seu servo Moisés.*

O “Dr. Dunkenstein”, de pé, com uma bata branca acima do joelho a condizer com as meias (abaixo do joelho) e ténis “Nike”, exhibe as duas metades separadas, fumegantes, de uma bola de basquetebol. Dunkenstein, confiante, apoia o pé direito, em jeito de desafio, sobre uma das bolas de basquetebol que o rodeiam. Esse gesto entreabriu a bata – “Dr. Dunkenstein” parece não terá trajes menores – e fez exhibir-se o estetoscópio que guardava no bolso direito. A divisão das bolas, encenada como uma tarefa cirúrgica ou mera habilidade de ilusionismo, é feita com um sorriso. Do primeiro ao último plano de fundo, escuro, o espaço é preenchido por bolas de basquetebol. No plano intermédio, elas deixam de se ver com nitidez, imersas num nevoeiro ou no vapor desprendido das bolas.

“Dinastia da rua 34”: um grupo negro, nas *imediações* de um quarteirão, vestido com equipamento variado da “Nike”, é visto em contrapicado. Um elemento do grupo olha o espectador de “alto” enquanto alguns oferecem a mão, em jeito de convite ao espectador. Um outro, no meio do

¹⁶ “E o senhor disse a Moisés: “Por que clamas a mim? Ordena aos filhos de Israel que se ponham em marcha. E tu levanta a tua vara e estende tua mão sobre o mar; dividi-lo-ás e os filhos de Israel penetrarão no meio do mar a pé enxuto. Eu endurecerei o coração dos egípcios, que entrarão atrás deles, e eu serei glorificado no faraó e em todo o seu exército, nos seus carros e nos seus cavaleiros. Assim reconhecerão os egípcios que eu sou o Senhor, quando eu me tiver glorificado no faraó, nos seus carros e nos seus cavaleiros.” (...) “Assim o Senhor salvou naquele dia os israelitas das mãos dos egípcios, e Israel contemplou os egípcios mortos na praia do mar. Viu Israel o grande feito operado pelo Senhor contra os egípcios, e temeu o Senhor, e acreditou nele e no seu servo Moisés.”

grupo referido, oferece a bola de basquetebol ao observador. Ao lado deste, há um que indica com o dedo o espectador escolhido. A solicitude combina, sem contradição, com o orgulho ostensivo, 'tribal', de um quarteirão suburbano. A violência latente, nas atitudes, é lúdica. Está controlada por algumas regras e pactos que geram poses, linguajares e outros signos distintivos tão evidentes quanto a demarcação de fronteiras territoriais ou divisórias de um campo de jogo. Um dos elementos do grupo, à esquerda da imagem, aquele que se inclina em direcção ao observador, chamando-o com um gesto de mão, tem um dos pés para o lado de cá da fenda no cimento do campo. Os restantes elementos estão do outro lado de lá da fenda que atravessa a imagem numa diagonal descendente. Sobre a imagem, abaixo desta fenda, está escrito, a negro: "The Dynasty on 34th Street".

"Jam Session": duas equipas de basquetebol, num campo de basquetebol ao ar-livre, seguram, uns, bolas de basquetebol e outros, instrumentos musicais tal como uma banda de jazz. O jazz, o basquetebol enquanto símbolos de excelência da negritude são *carimbados* (consignados) pela "Nike". Jazz, basquetebol e diversão são os elementos que se harmonizam nesta paisagem tórrida. Sobre a fotografia do grupo, na parte inferior, está escrito "Jam Session" – num *lettering* que torna as letras vermelhas das palavras um pouco ilegíveis por estarem insufladas.

O "Board Room" está sentado numa enorme mesa de reuniões. A maioria é negra. No meio de um recinto desportivo vazio, a equipa sobressai pelos fatos escuros em contraste com os brancos ténis e brancas meias, "Nike", calçados. As duas malas pretas, as quais ostentam o logotipo minúsculo "Nike", distribuem-se, simetricamente, para os lados extremos do enquadramento da imagem. Uma pertence a um branco; a outra, a um negro. As bolas de basquetebol são distribuídas, informal e pontualmente, pelo chão, pela mesa e em seu redor. O chão do recinto está limpíssimo, a brilhar. É quase um espelho. No primeiro plano desta fotografia de grupo, a separar o observador da mesa do "Board Room", está uma placa, no chão do recinto, ostentando a seguinte legenda: "Board Room".

"Secretary of Defense": um executivo, branco, – um dos poucos brancos destes posters – com fato preto, sentado sobre a secretária (pose em três quartos) num gabinete. A aresta da secretária, mais próxima do observador, do lado da qual está sentado o jovem executivo, toca as extremidades do enquadramento lateral da imagem. Os tons escuros são predominantes; em contraste com os castanhos e os negros, as cores vivas dos emblemas e símbolos saem realçadas. O jovem apoia a mão sobre uma bola de basquetebol no seu colo. Essa bola está na mesma *mediana* vertical de uma outra bola que se encontra cravada na parede do fundo, envolvida por um anel verde com a seguinte inscrição: "Secretary Of

Defense". Sobre a secretária, ao seu lado, um globo terrestre e um sapato de ténis em metal, na mesma linha horizontal da bola de basquetebol nas suas mãos. Ele calça ténis brancos "Nike": o seu pé esquerdo assenta num tapete negro (gigante) que tem inscrito, a vermelho e em grande dimensão, o logotipo "Nike". Duas bandeiras, a americana e a da empresa "Nike", por detrás da secretária, ladeando o referido escudo "Secretary Of Defense" – sugerem uma aliança entre o símbolo-nação e o da marca; entre os interesses comerciais privados e a política de um Estado. As bolas de basquetebol minúsculas encimadas pela "asa" do logotipo da "Nike", em metal, coroam os mastros das bandeiras.

"The Williams": dois homens de fato, de pé, enquadrando a imagem; seguram bolas de basquetebol. Ao centro, uma mulher está sentada num cadeirão dourado, de estilo, estofado num tecido verde com bolas amarelas. Ela equilibra uma bola de basquetebol sobre o seu dedo indicador direito. Os três calçam ténis "Nike" apesar da formalidade das suas indumentárias. A barra horizontal, identificando a fotografia familiar, é uma simulação de uma banda de uma toalha onde foi bordado o nome da família "The Williams".

"Sir Sid": um jogador, nº 4 da equipa "Bucks", sorri e equilibra uma bola de basquetebol na ponta do anelar da mão direita. Ligeiramente encostado, o jogador apoia a sua mão esquerda no ombro de uma armadura electrificada na zona do elmo. Não vemos quem nela se dissimula. A sua pose é, no entanto, expressiva: segura pela cintura uma bola de basquetebol e inclina, para a esquerda, a cabeça, o elmo, dando mostras de estar atento às acções do observador. Os olhos deste *robot* são dois buracos de luz. E, é a luz, irradiando do seu interior ou se reflectindo na sua carapaça metálica, que o transfigura num robot moderno semelhante aos do filme "Guerra das estrelas" de George Lucas.

Da multiplicidade de figuras sociais encenadas – o herói individual retratado com tonalidade bíblica; o médico-dentista fazendo um número de magia; o grupo de amadores da rua 34 de um bairro suburbano; o executivo branco em que os símbolos da nacionalidade e patriotismo fazem parte de uma mesma combinatória; as duas equipas de basquetebol cujos elementos, em simultâneo, se retratam como músicos de uma banda de jazz e jogadores de uma equipa (ou vice-versa) – ressalta os recursos imensos de um discurso publicitário que, para se instaurar, se serve qualquer pretexto. De um discurso lisonjeiro que, não sendo primário, é poderosamente sedutor por se apoiar, com ironia, no deslizamento de sentidos.

Não é difícil constatar as equivalências, as remissões internas das peças desta exposição. Sejam: a multiplicação das bolas e do logotipo rima com a multiplicação das bolas reais imersas nos tanques; a escultura em metal do sapato de ténis sobre a mesa do jovem de "Secretary of Defense"

corresponde às esculturas em bronze (que falaremos em seguida); a refacção das metades, imersas, das bolas nos aquários responde à divisão das bolas em “Dr Dunkenstein”; o fenómeno, insólito, do equilíbrio das bolas, a um mesmo nível médio do líquido dos tanques, impele-nos a conjecturar a existência de um produto químico injectado nelas. São sempre duas séries paralelas de repetições que parecem visualizar o eco, uma litania. É este dispositivo de tautologia, operador de uma comunicação autista que reduz tudo a uma simples sigla, que se assemelha ao funcionamento dos *mass-media*.

As *remakes* em bronze contemplam um barco salva-vidas de borracha e seus respectivos remos, e todo o restante equipamento de mergulho enumerado anteriormente. Essas *remakes*, por terem como objectos-modelo objectos para funcionarem no meio líquido, acabam por, na sua des-funcionalidade, se referirem à água (por ausência e por metonímia) e ao processo análogo de preservação (de *mumificação*) operado pelos tanques. A imersão e a flutuação das bolas de basquetebol, imobilizadas num meio totalmente diferente para que foram concebidas, permite ver os tanques como meios de isolamento e de separação. Ou seja: fazer referência aos espaços de desporto (por ausência) e equivaler ao processo de preservação operado pelo bronze. Os objectos aquáticos foram *fossilizados* pelo bronze para funcionarem *inutimente* num outro plano, em *sêco*: o espaço físico e institucional da exposição. As bolas, extraídas do espaço institucional do basquetebol, funcionam, tais como *bóias flutuantes*, num outro meio *molhado*: os aquários. Alegoricamente, o lugar físico (continente) e institucional de exposição da arte, que recebe e protege os objectos de arte (conteúdo) de todos os outros que o não são, parece ser associável aos tanques -- eles também dispositivos de conservação e de (auto)-exposição. Nesse espaço de auto-reflexividade da arte, os anúncios “Nike”, já neutralizados na sua performatividade através da sua transferência e transfiguração de estatuto, manifestam a redundância e a tautologia do discurso publicitário e mediático. Os aquários e o bronze são os meios de transfiguração e preservação (pela desfuncionalização e descontextualização) dos objectos -- a par da institucionalidade dos espaços de exposição da arte que, desfuncionalizando a publicidade, a transforma em «cenário» *já pronto* para a operação teatral destes tanques.

Abrir os tanques ou abrir as caixas de *plexiglass* que conservam os aspiradores “New Hoover” será destruir, «profanar» a obra. Não há, em ambos os casos, mera suspensão do valor de uso do objecto, há mais do que isso, resgate e conservação hermética. Não há qualquer retorno: somente *privação* tornada visual e redobrada em objecto envolvente. É claro que, também, o *ready-made* duchampiano retirado do ciclo de uso cumpria esta condição de resgatado; todavia, poderia haver, mesmo

assim, na sua exposição a 'nú', na sua acessibilidade visual, a impressão de possibilidade de ele retornar ao ciclo de uso/usura. Mas, em Jeff Koons, intencionalmente, é tornada visível a *barreira invisível* institucional que resguarda, conserva como relíquia os objectos artísticos. Dito de outra maneira, há uma indexicalização do objecto artístico que, geralmente está a cargo da legenda identificatória da obra nos espaços institucionais da sua exposição. Esta indexicalização, visada pela prática de re-apresentação (re-emolduramento consentido pela "Nike"), acrescenta-se, desta vez, à auto-representação da "Nike" a qual indexicaliza tudo por intermédio da marca e das 'caras' das estrelas. Afinal, exemplifica as operações de equivalência inerentes a qualquer aliança mediática – como por exemplo as práticas do mecenato artístico, incrementadas a partir dos anos oitenta. Nesses anos, as grandes marcas (um exemplo: "Absolut Vodka"¹⁷) apostavam o seu poder económico na aquisição de prestígio, valor estatutário por intermédio da sua colaboração com a arte, mormente nas suas 'cabeças-de-cartaz'. As bolas de basquetebol, a redundante apresentação dos logotipos, as estrelas, constituem, para a "Nike", instrumentos-operadores da sua representação tautológica. São os operadores de uma representação da marca em vez da de um seu qualquer produto. À custa deste tipo de representação a "Nike" pode arvorar o papel de *mediadora* quer do espaço institucional do basquetebol quer do seu público.

Os meios de Koons, poderemos dizer, são, por assim dizer, mais «abstractos» do que os usados pela "Nike", isto é, menos dependentes do que está figurado, de quem está representado, do «conteúdo», dos valores conotados – simulacro de «retratos oficiais». Ele *ilustra* conceptualmente o mundo auto-suficiente, fechado sobre si, sem exterioridade, o mundo finito cuja interioridade é infinita (mundo implodido), especular, sem se poder distinguir entre "o que é" e "o que não é", entre "o que é real" e "o que não real" (por isso, hiper-real). Joga-se, nesta exposição, a exibição do dispositivo mediático e de como este joga a aparência de desaparecimento dos limites accionada pela primazia absoluta do valor de troca. Por meio do mimetismo, Koons absorverá e reproduzirá o funcionamento dos *media* no campo da arte em exposições seguintes.

Os aquários (de um *design* impecável) com as bolas de basquetebol no seu interior estão numa determinada relação metonímica com os cartazes "Nike"; podemos admitir uma passagem operada a partir dos cartazes para os tanques, ou seja das bolas-como-significantes icónicos para a sua materialização – bolas de basquetebol reais – contribuindo para a impressão da *literalidade*, própria ao minimalismo, conforme detectou Fried em "Art and Objecthood".

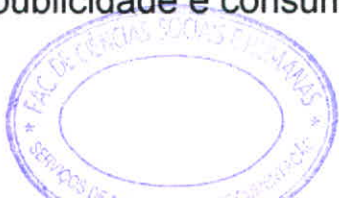
¹⁷ Cutty Sark, Rose's Lime Juice, Amaretto, The Gap.

A abundância, a redundância e o delírio tautológico de uma marca em auto-representação -- que se serve do basquetebol (bolas-signo) como alibi -- não são suprimidas pelo artista. Mais tarde, vai mimetizar este dispositivo para seu proveito próprio. Os momentos da sua trajectória tangencial aos *mass-media* são marcados por uma inicial distância expositiva do dispositivo mediático exposto que é deslizada ou encurtada, posteriormente, pela sua própria inclusão. Servindo-se do contexto, do sentido e da contextualização (capital de prestígio) proporcionada por estes cartazes, das suas estruturas de significação -- transformadas em "décor" para a "cena" dos aquários -- o artista recriou dispositivos de "abstracção", nos quais, a multiplicação das bolas é desligada da multiplicação do logotipo da marca "Nike". Desta maneira, aquilo que é apropriado impõe-se como obra de Koons à custa da "Nike"; obra de apropriação que repete a apropriação museológica da publicidade e da fotografia comercial. A "função" dos aquários por relação aos cartazes é dupla: atesta a extracção-materialização e a anulação-suspensão do contexto, esvaziando, pela apresentação, a codificação, os estereótipos, os mitos que estes cartazes veiculam. Os aquários, *máquinas de conservação e de rapto do tempo dos objectos*, constituíram-se como resultado de um processo de substituições. Em certa medida os aquários são uma espécie de molduras-caixa para as bolas. Enquanto moldura, os aquários separam e destacam a apresentação das bolas (na situação de flutuação); enquanto caixa-vitrine manifestam o isolamento e a inacessibilidade do objecto. Apesar da sua transparência, o interior dos tanques se refracta e reflete, no seu interior, misturando-se com os reflexos e refrações das bolas em levitação. Descontextualizando as bolas e recolocando-as num meio diferente (água) é como se Koons tivesse *liquefeito* (em seu proveito) todas as referências e referentes. Mais, com isto expõe uma das formas de uso do impacto e da força dos *media*: mais precisamente uma das formas de os mimetizar sem que tenha necessidade de acrescentar alguma coisa. Exemplifica as formas de dramatização mediáticas: isolamento, estranhamento, insularização; imobilização; *ralenti*; sala-de-espelhos. Não é um novo conteúdo que nos é formalizado, é somente exposta a forma de desvio (por mimetismo) ou de dissuasão -- mútuo -- dos *media*. De um desvio que se faz à custa da "petrificação" da Medusa, *mediante* uma sedução mútua assente num deslizar frívolo de signos.

Luxury And Degradation (1986)

"Plus que par les armes, c'est par l'alcool que les Blancs ont soumis les Indiens" (Cherokee)

Às estrelas masculinas de raça negra, do mundo do basquetebol-espectáculo, sob a chancela da "Nike", sucedeu a mulher e o homem, o espaço doméstico e o álcool, a sua publicidade e consumo em "Luxury and



Degradation". À exposição da promiscuidade entre estrelas e marcas, à exposição da sua permutabilidade mútua, Koons contrapõe a apropriação de anúncios publicitários *mediante* a sua reprodução integral – a partir das respectivas matrizes originais -- sobre telas. "Equilibrium" exibiu, por intermédio do acréscimo da moldura, a apropriação dos posters publicitários.

Jeff Koons coloca a sua obra sob os conceitos de reprodução mecânica/electrónica e circulação do já feito. O *fac-simili* e a delegação da execução são os seus métodos. Isto permite-lhe, na aparência, situar-se entre o inventor e o executante -- sendo que: o primeiro é o inventor de um conceito, uma identidade específica de um objecto; o segundo é quem realiza um objecto provido da identidade específica que constitui a invenção do primeiro¹⁸. O distanciamento físico da fabricação dos objectos, delegada a executantes contratados, marca a sua actividade como afim à do *intérprete*, na música. A partitura (do músico-autor) é tomada como um *signal* pelo músico-intérprete. O músico, autor da partitura, é o autor de uma realização comum de *duas* obras musicais diferentes; uma, criada pelo autor; a outra, pelo intérprete. As duas obras apesar de terem identidades específicas diferentes, estão, ambas, numa relação lógica de inclusão. Porque possuem as características assinaladas na partitura. O intérprete pode ser autor de uma obra quando acrescenta outras características não assinaladas no objecto musical explorando assim a grande margem da *interpretação*. Ou, de outra perspectiva, Koons seria um autor que, plagiando objectos existentes, teria como exemplo, Pierre Ménard, o criador de uma versão fabulosa de *D. Quixote* de Cervantes. Criaria uma obra diferente pela transformação das características específicas de um determinado objecto (tomado como matriz).

As *remakes* em pintura, a óleo sobre tela, têm como matrizes os anúncios publicitários de diversas marcas (Bacardi, Gordon's, Hennessy, White Label, Fra Angelico). O modelo de publicidade desta exposição difere dos sofisticados modelos da "Benetton" ou da "Nike"; é um tipo de publicidade do produto de uma marca determinada e não a exclusiva publicidade da marca. Os anúncios dos produtos alcoólicos não pertencem à mesma marca nem a uma mesma campanha como sucedia em "The Equilibrium". A exposição é concebida como a instalação de um conjunto, auto-referencial, de 'fragmentos' paisagísticos retirados ao fluxo quotidiano contínuo de imagens publicitárias. Os objectos quotidianos refundidos em aço inoxidável -- conotando "luxo do proletariado" -- são cenários de um

¹⁸ Seguimos de perto a formulação de Luis Prieto, "*Le Mythe de l'Original*", Genette (ed.), 1992: 143-155.

estilo de vida encenado nestes anúncios. São um mundo projectados pelo comércio e pelos *mass-media*.

Nos anúncios impressos sobre tela, o alcool é o protagonista principal das situações sociais, dos encontros amorosos. Eventualmente, ele é o substituto da mulher ausente/presente. O alcool aparece em todas as imagens como o *embraiador*¹⁹ e o *mediador* proeminente das relações sociais; dissolve barreiras e inibições psicológicas. É o catalizador, por assim dizer, do desejo. A mulher é, em alguns dos anúncios, o *medium* da bebida alcoólica: é ela que vem produzir uma cesura na duração existencial e quebrar a monotonia de um *tempo-morto*. Nas narrativas implícitas destas imagens – como é costume na publicidade – o alcool é apresentado como um símbolo de distinção social²⁰ e como um factor de adesão e de sedução. A alusão à dimensão do íntimo e do privado – tal como a interioridade do corpo na publicidade dos produtos de *toilette* – é exibida, publicamente, como um aspecto da produtividade social facilitada e ritualizada pelo consumo do alcool. As situações comunicacionais encenadas são, na realidade, o pretexto (o mero cenário) para a inserção do discurso do produto e da marca que sujeita as imagens a um processo de legendagem. Esse processo de legendagem permite não só a *ancoragem* das imagens como abre a função denotativa da publicidade à sua dimensão lúdica, à participação efectiva das massas. O discurso do produto não advém só de uma proposta calculada ao público – pois obedece a expectativas determinadas pelo mesmo – mas provém, antes de mais, das condições de um espaço cultural do mercado e da conformidade. O apelo, para ser efectivo, tem necessariamente que passar pela familiaridade (produzida ou simulada); por uma ancoragem nas *razões de um coração*. Só desta forma a comunicação pelo consumo é reprodutora de massas.

“I Could Go For Something Gordon’s”: a cena decorre numa praia, à beira-mar. À esquerda da imagem está montado um cavalete desmontável, com uma tela a óleo na qual a pintura representa, em esboço, a paisagem à beira-mar. A pintora, loira, está vestida de branco, numa *toilette* desportiva, de verão. Praticamente, está a começar o quadro. Mistura, indolente, umas cores na paleta. Ao lado dela, um homem louro,

¹⁹ Embreagem é o efeito de retorno à enunciação, produzido pela suspensão da oposição entre certos termos da categoria pessoa e/ou espaço e/ou tempo, bem como pela denegação da instância do enunciado. Cf. A.J.Greimas/ J.Courtés in *Dicionário de Semiótica* (título original: *Sémiotique – Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette, 1979) S. Paulo, Cultrix, 1989.

²⁰ A par das jóias, dos perfumes e das roupas, o alcool é, referente destes anúncios, uma das mercadorias mais prestigiadas, associadas a um dispêndio susceptível de inscrição do consumidor na posição de aspirante a um estatuto social elevado ou de maior sofisticação e requinte. A mercadoria não vale pelos seus traços visíveis mas pelas suas conotações, pela sua instanciação sobre uma memória colectiva, uma moda e sobre a lei do valor. Os exemplos são os anúncios “I assume you drink Martell” e “Hennesey, The Civilized Way To Lay Down The Law” analisados no texto deste capítulo.

desportivamente vestido, tenta distraí-la brincando, sorridente, com o seu casaco-camisa branco. É o anúncio em que a função sedutora da mulher na narrativa cabe a um homem -- contrariamente ao que se verá, em seguida, no anúncio "Hennesey, the civilized way to lay down the law". E ela parece estar prestes a corresponder à solicitação... No lado direito, um terço da imagem, está, em grande plano, o rótulo e a garrafa "Gordon" cortada ao nível do gargalo e, em sobreposição, o pormenor de um copo de gin com limão e gelo irrecusável -- pronto a ser servido. Na imagem, há a representação de um vinco que mostra como este reclame era reproduzido a duas páginas de uma revista. Esse vinco vertical, paralelo ao copo de gelo, vai cortar algumas palavras da frase "I could Go For Somethig Gordon" situada entre o corpo do homem e a garrafa de Gin à direita. A salientar que a garrafa de Gin tem na parte lateral e na zona do gargalo a aparência reflectora e metálica do aço.

"Hennesey, the civilized way to lay down the law": a acção tem lugar num apartamento urbano de um casal mulato à noite. Em primeiro plano, está sentado à secretária a estudar pela noite dentro (Direito?) -- os indícios: o relógio marca duas horas e dez minutos e no canto direito da imagem (na zona de penumbra), uma parte da janela do apartamento dá a ver os arranha-céus iluminados -- o homem cuja mulher acaba de o interromper trazendo na mão dois copos de cognac com gelo. Ela estende-lhe a bebida, a sorrir, sentada na secretária. Ele agradece e retribui o sorriso. Retira os óculos. Em segundo plano, sensivelmente no centro da imagem, entre os dois, está aberta uma porta que comunica para um quarto. Dele se mostra uma cama aberta, com os lençóis e a almofada iluminadas pela luz fraca e dourada de um candeeiro de mesa de cabeceira. O motivo dourado da garrafa de Hennesey com um copo de cognac Hennesey com gelo ressurgue no canto inferior direito da imagem recortada sobre um triângulo preto, sobre a zona de penumbra da cena, que secciona uma parte da cena representada a seguir a uma inscrição de modesta dimensão: "The world's most civilized spirit". O triângulo preto permite que a garrafa e o copo com cognac se destaquem com os seus brilhos e translucidez do líquido.

"I Assume You Drink Martell": uma mulher loira, em grande plano, faz tenção de servir um cognac, Martell. Olha para o hóspede inquiridora. A ambiguidade do enunciado proferido em relação ao seu hóspede -- «"I assume you drink"» -- consiste no facto do convite se fazer por intermédio de uma pergunta disfarçada que se confunde com uma intimação disfarçada. A frase vem citada entre aspas numa banda horizontal branca que corta a parte superior da imagem. A banda inferior, mais alta, refere e identifica o produto: Martell, Cognac com *lettering* diferenciado. As duas bandas referidas representam o enquadramento da cena. Na parte direita da imagem, sobreposta quer à banda horizontal inferior (identificadora do

produto) quer à banda central azulada-escura (de onde surge a mulher, quase em meio corpo, iluminada, vestida com um vestido formal, para festa nocturna, adornada com um colar ao pescoço e brincos luxuosos), surge, recortada, a garrafa de cognac com o respectivo selo e rótulo dourados.

“The Empire State Of Scotch Dewar’s”: na parte inferior da imagem, um friso horizontal de garrafas de Whisky cortadas, em diferentes alturas, pelo gargalo. Esse friso mostra as tampas brancas das garrafas sobre as quais está, duas vezes, impressa “Dewar’s” diagonalmente (em letra de caligrafia inglesa). No eixo vertical central da imagem, quase atingindo o topo, ergue-se, imponente, uma garrafa igual a todas as outras contra um céu azul. Dessa garrafa, ampliada e irradiando uma luz dourada do seu conteúdo, é deixado ver a totalidade do seu rótulo. A associação com o Empire State Building é óbvia devido à composição arquitectónica dos motivos simulando o recorte irregular de uma paisagem de arranha-céus. Nesta imagem associa-se a bebida escocesa (importada por uma companhia com sede em Nova Iorque) à memória visual de New York. Na encenação, as conotações de grandiosidade e monumentalidade; as de indiferenciação/singularização; ou, as conotações de bidimensionalidade (construída pelo friso de garrafas) e a tridimensionalidade (a da garrafa destacada); profundidade-platitude; a visão (vista aérea) ao nível dos gargalos das garrafas (que marcam uma linha de horizonte para além de significarem uma aglomeração de construções) são conjugados com uma visão em *contra-picado* da garrafa central. A ambiguidade da imagem joga-se entre uma massa de produtos iguais de “Dewar’s” e a «subida ao palco» de uma das garrafas “Dewar’s”, na qualidade de representante das restantes, ao fundo. Ela joga-se, também, entre a tridimensionalidade negada pelo corte das garrafas tanto na zona da sua maior acumulação horizontal quanto, sucessivamente e em profundidade, na zona do fim do rótulo da garrafa destacada tornando-a quase plana (frontalidade do rótulo identificador e imagem do produto em promoção).

“Aqui Baccardi”: um grande plano das mãos de dois jogadores de dominó. À esquerda da imagem, está uma garrafa de Rum Baccardi. Cortada pelo enquadramento está sem gargalo e sem fundo. O enquadramento da imagem toca o limite inferior do rótulo e do gargalo. O rótulo branco consta, em baixo, de uma série de medalhas em ouro atribuídas ao produto; imediatamente, por cima, o “morcego” negro com as asas abertas sobre um disco vermelho, óculo recortado em um triângulo dourado com uma textura gravada, assente sobre a inscrição a dourado “Puerto Rican Rum” (Superior, informa-nos o rótulo); na parte superior do rótulo, a meio, está inscrito, a vermelho “Amber Label”. Perto do gargalo, existe um outro rótulo dourado, emoldurado com uma vinheta branca rectangular, onde está escrito, “Dark-Dry”. Este pequeno rótulo, curvo, dá-

nos a única informação da rotundidade da garrafa. Justaposição de termos contrários na contradição lógica “Dry-Wet”, tão do agrado do artista, como sucedia em alguns aspiradores ou nos tanques de equilíbrio, ou justaposição que conjuga uma sensação óptica com uma olfactiva. O âmbar, cor do líquido, é também a cor do fundo, provavelmente uma mesa – da qual não se vêem os limites. A mão esquerda do jogador masculino, irrompe do vértice esquerdo do anúncio, por detrás da garrafa descrita. Ele levanta algumas peças do dominó, escondidas. Com os dedos da mão direita, irrompendo da base da moldura, paralela ao lado direito da imagem, pousados sobre as peças que faltam ser descobertas. Do vértice superior direito, as mãos de uma mulher, unhas pintadas em encarnado e com um anel de diamantes (?), de noivado (?), envolvem um copo de rum, com gelo e uma rodela de limão, formando uma triângulo. O ponto de vista é do alto. Terá acabado de jogar? O polegar da mão esquerda do jogador corta o plano da imagem em diagonal introduzindo a sensação de profundidade a um espaço ilimitado, conciliador de perspectivas contraditórias. Sobre a cena representada, escreve-se em grandes letras, em branco, “Aquí... Baccardi”; e, em letras minúsculas, a preto, entre o “Aquí... Baccardi” el gran sabor Baccardi”, paralelamente à mão do jogador. As reticências que se seguem ao “Aquí” marca a ambiguidade e incompletude narrativas da cena. As unhas vermelhas da mulher respondem ao fundo vermelho sobre o qual se recorta o morcego de Baccardi; o branco das letras, das peças de dominó; o fundo quente e luminoso (*dry*) é complementar do escuro (*dark*) – ausência de luz, noite. Tudo se combina, as peças de dominó fazem todas pares entre si.

“Fra Angelico”: duas pinturas quase abstractas, de tons alaranjados, a partir de anúncios do licor Fra Angelico. Um nome de um produto que cita o do frade-pintor pré-renascentista? Uma pintura que simula um tipo moderno de pintura, um monocromático? Uma imagem, com a inscrição “Stay in tonight”, consta de um grande-plano do interior de um líquido, viscoso e em movimento. “Stay in Tonight” está sobreposto à imagem, ao centro e em baixo. Não se percebe nenhum continente. O líquido, o conteúdo, continua para fora do enquadramento rectangular da imagem. Como se um mundo aquático nos tivesse submergido ou nos tivesse, simplesmente, toldado a visão, da profundidade do campo visual, e a audição. “Stay in Tonight” é o convite ao recolhimento, ao isolamento de si e do exterior, pela mera imersão (ingestão de) num veículo que transforma o corpo do espectador num ambiente privado, numa paisagem de alucinações. O álcool vem colocar-nos no nosso aquário, povoado de espectros de uma unidade uterina. A imagem do interior de um líquido em silencioso movimento e com uma multiplicidade de reflexos, nas suas superfícies, remete para a qualidade instável opticamente das superfícies

dos objectos refundidos em aço polido. Liquidez e transparência de um líquido coincide, na esculturas em metal polido, a solidez e a opacidade.

A outra pintura, com a inscrição “Find a quiet table” consta de um grande plano de um panejamento de pregas horizontais ocupando a totalidade do enquadramento. Essas pregas as de uma mesa posta, mas podem ser, ainda, as de um lençol. O interior das pregas, formando ‘buracos’ ou ‘sulcos’, são escuras, quase negras. Uma mesma encenação da memória afectiva do espaço doméstico, familiar ou social, onde reina a sofisticação, o bom gosto e o silêncio apaziguador. O imperativo “Find a quiet Table” tem a mesma posição no plano como a de “Stay in Tonight”.

Os anúncios, imagem e discurso, reproduzidos na íntegra, sobre telas, impressos a tintas de óleo, são, na sua legibilidade absoluta, os sucedâneos actuais da pintura académica. Dão a ver um mundo disponível ao consumo e à posse. Eles são os suportes de uma guerra de imagens, de marcas e de mensagens que são secundados por uma competição económica onde são encenados as figuras que suportam a mobilidade social do desejo. É nelas que o desejo (dos consumidores) se investe e se torna produtividade generalizada de signos distintivos e emblemas diversos constituintes de uma ética hedonista, da despesa gratuita ou de uma lúdica apropriação do mundo e da vida. Constituem um *ambiente* e não um espaço. Fazem parte de uma linguagem que nos propõe, antecipando, a nossa própria metamorfose *ready-made* e o prazer da nossa auto-sideração. Estão ao nosso dispôr; encenam a *falta* e objecto de inveja; fazem-nos reconhecer o seu poder no facto de sentirmos que falam por nós. Pela compra, a nossa liberdade de escolha é afirmada e celebrada; é um luxo e um valor cultural adquiridos.

Por isso, o tempo de duração das imagens publicitárias é curto: elas têm de ser renovadas e reactualizadas sob a pressão da procura-oferta das mesmas e da produção-consumo geradas. Elas consubstanciam a actualidade pura. Ontologicamente, são precárias, efémeras, de curta duração ou sujeitas a um desgaste acelerado. É o desgaste calculado das mesmas que motiva a sua produção intensiva.

A reprodução de anúncios em telas, transformando-os em quadros, é uma forma de as conservar e de os re-apresentar *como* pinturas. Esta situação remonta a “The New” e passa por “The Equilibrium”. Na realidade, a reprodução dos anúncios é feita num material diferente do papel – colado sobre painéis; no espaço gráfico de uma revista – implica uma descontextualização. São duas operações simultâneas que produzem uma comicidade²¹ decorrente *mediante* uma distanciação estética ou um consumo consciente dos mesmos anúncios.

²¹ Marshall McLuhan, a propósito dos efeitos de descontextualização dos anúncios publicitários: “Um anúncio publicitário transplantado para fora do seu quadro habitual, é sempre cómico. Em outros

A *integridade* das imagens publicitárias é garantida pela sua reprodução maquínica, precisa. A reprodução gera a impressão de *intactibilidade* de estas imagens. Elas, materialmente, parecem não ser adúlteráveis pelo tempo; são o efêmero eternizado. A integridade e intactibilidade dos anúncios-pinturas expressa a objectualização das imagens. A reprodução dos anúncios conjuga, paradoxalmente, a dimensão imaterial das imagens publicitárias com a ênfase na sua virtual concretização material em suportes, tradicionais ou tecnológicos, bi- ou tridimensionais. No limite, esta operação enfatiza a *disponibilidade* do mundo e das suas imagens à reprodução e circulação mediáticas. A arte, à semelhança dos *mass-média*, funcionaria tal qual uma superfície desdobradora de trocas e comunicações.

A operação exercendo-se nos limites de uma transferência literal de um objecto de um dado circuito para um outro, cumpre, por seu intermédio, uma transformação económica e simbólica dos objectos. É uma operação que tem lugar na fronteira das coisas.

De certa maneira, Jeff Koons oscila entre ser o artista-plagiador e ser o artista-anunciante, no circuito artístico, de imagens publicitárias. Imagens cujas matrizes foram objecto de uma negociação económica e jurídica.

Nesta exposição a confusão entre arte e publicidade foi realizada e assumida enquanto gesto de arte e de comércio.

Esta exposição consiste em *remakes* não só de pintura mas também de escultura. As esculturas têm como modelos objectos funcionais e *gadgets* relacionados com o consumo de álcool. Alguns dos quais terão servido objectivos de promoção de determinadas marcas “Baccarat Crystal Set” e o “Comboio” (a maior escultura em aço, quase dois metros de comprido).

Esta função de promoção para que determinados objectos são destinados toma-os simples pretextos, subsidiários de outros. Eles tornam-se em embalagens de embalagens, em objectos envoltórios de outros devido ao exacerbamento da lógica de equivalência que torna qualquer objecto uma forma excrescente, para mover ou engatar o desejo, uma forma vazia. Esses objectos-pretextos -- com ou sem funcionalidade real -- são distribuídos como benesses ao consumidor que adquirir o produto da marca em promoção. Como se o desejo tivesse de ser constantemente animado e a sua avidez tivesse de ser saciada *mediante* simulacros votados à destruição mútua, à cacofonia. Esta função dá-nos também uma representação da *pegajosidade* do desejo, indiferente à boa “essência” ou valor funcional dos objectos. A sua monumentalização pelo

aço pode constituir uma boa 'denúncia' (não-crítica) das motivações inconscientes, impessoais, do desejo.

Jeff Koons ao fazer réplicas dos referidos objectos num material sensível, como o metal, a todas as variantes de luz ambiente e à constelação de reflexos, transforma, cada um deles, em espelhos de deformação. Junte-se a estas qualidades, as associações fetichistas do aço, as quais, ora valorizam os objectos, pela simulação do brilho dos metais preciosos, ora conferem os atributos – próprios de uma forma-ideal de produção industrial – de perenidade, exactidão geométrica e preciosismo a objectos descartáveis. Certamente, o uso do aço inoxidável permite figurar essa força sedutora dos objectos – a de serem atractores do nosso olhar. Ele vem homogeneizar uma diversidade de objectos seleccionáveis dos extremos da escala social. Essa homogeneização vem encenar uma equivalência totalmente distinta daquela (a lei do valor) que aniquila o desejo ao movê-lo para a compulsiva substituição (consumo), dos seus objectos.

Esta operação de homogeneização manifesta, além disso, um modo de posse de objectos que, hoje, são como as imagens publicitárias; provisórios, veículos, sem peso, descartáveis. Imagens 'gasosas' que adquirem um peso de "coisas" ou de *corpos* libertos de anteriores condicionamentos – com o estatuto de objectos únicos.

Estas *remakes* ou simulacros de objectos banais, estão tanto na esteira conceptual de obras como as "Brillo Box" de Warhol quanto na minimalista exemplificável pelas caixas metálicas de Donald Judd. Em que medida? As imagens de materiais mediáticos ou de produtos quotidianos são tão industrializáveis nas obras de Warhol quanto a dos processos e materiais de construção industrial dos objectos-específicos de D. Judd. Na verdade, as técnicas de reprodução das imagens de objectos de consumo sobre caixas feitas em madeira – como as *Brillo Boxes* de A. Warhol – escondem o material do suporte da imagem impressa. Fazendo coincidir a duplicação da forma geométrica da embalagem com a do rótulo da mesma, Warhol reconstrói um simulacro. Um simulacro que se faz de adição de superfícies envoltórias. As caixas de Judd, pelo contrário, exibem a literalidade das suas estruturas, a identidade industrial dos materiais utilizados. Todavia, podemos aproximá-los numa coisa: ambas as estratégias focalizam a literalidade; Warhol enfatiza a literalidade das imagens; Judd enfatiza a das estruturas. Jeff Koons, quanto a nós, estabelece uma ponte entre estas duas vias fazendo com que a literalidade do material e da estrutura formal dos objectos coincida para a intensificação da sensação (óptica) de evanescência dos objectos.

As *remakes* em escultura, em aço inoxidável²², contendo, por vezes, bebida alcoólica hermeticamente fechada com um selo governamental²³, são a de utensílios, gadgets e prémios de promoção de bebidas alcoólicas. Nestas *remakes* observa-se a manutenção da dimensão dupla da funcionalidade e simbolicidade dos objectos 'de partida'. Exemplos: a carrinha modelo Ford-A; o bar de viagem (memória da infância do artista), o balde de gelo, os prémios de promoção como o conjunto de cristal da "Baccarat", o comboio (dos a vapor) da Jim Beam (que ocupa a parte central da sala de galeria); os vários vagões de comboios de transporte de madeira; vagões-tanques de álcool, de bagagens ou passageiros; vagão observatório; todos são enchidos de *bourbon*. Excluindo o comboio "Jim Beam", todas as outras *remakes* são objectos de pequenas dimensões. Eles contrastam com a grande dimensão dos anúncios-pinturas. Por relação à escala dos anúncios, o comboio é minúsculo.

O comboio de "Jim Beam" (com os seus vagões específicos) é central nesta exposição. É uma linha de quase três metros de comprimento contando com quase um metro a mais de carris. Este comboio é uma espécie de maquete reduzida dos seus modelos reais. O álcool, hermeticamente fechado no interior destes modelos reduzidos, vagões ou locomotivas, é, em simulação, transportado para *outros* entrepostos, centros de venda a partir dos quais este valor é, no real, transmitido para as redes de comércio e consumo através das carrinhas Ford Modelo A. O comboio está assente sobre os carris. Ele pode deslocar-se ao longo dos mesmos. O brinquedo funciona; roda. Pode, em imaginação, continuar a cruzar extensões geográficas e políticas apesar dos seus carris estarem cortados.

A empresa produtora de Jim Beam, lançara estes gadgets em cerâmica e plástico (no caso do comboio) para uma promoção. Talvez, «souvenir» do passado da empresa; signo de um passado remoto que é transformado por Jeff Koons em objecto aurático que conserva duas memórias: a memória do material, aço conotado com a indústria pesada; e, a memória da forma do *medium*. Uma terceira pode ser acrescentada; a memória de contentor de um conteúdo (mercadoria).

²² Koons justifica a utilização do aço inoxidável pelas qualidades físicas (dureza) e ópticas (sua artificialidade e qualidades reflectoras provocando a distorção da luz) e por este material constituir, na sua memória urbana e industrial, o luxo do proletariado. Os objectos de luxo são brilhantes e reflectores: auráticos. Entrevista de Jeanne Siegel in *Arts Magazine*, Outubro 1986: "Jeff Koons: unachievable states of being". Noutra entrevista, Koons confessa: "Polished objects have often been displayed by the Church and by wealthy people to set a stage of both material security and Enlightenment of spiritual nature: the stainless steel is a fake reflection of that stage." (Giancarlo Politi *Flash Art* nº 132, Fev. Mar. 1987; 162)

²³ Como "sinal" da transferência para o domínio da obra de arte da bebida, álcool (tóxico e vertigem).

A reposição no mercado de meios técnicos antiquados, marca de arcaísmo, pela Jim Beam obedece a uma dupla estratégia de um objecto ser de colecção e o de ser uma mercadoria que envolve outra. Esta museificação é amplificada e parodiada pelo artista.

Vejamos: o selo do governo tem a função de certificar a autenticidade do produto e de selar o continente. Nas normais garrafas de *bourbon* da Jim Beam, o selo não é impedimento de se beber o seu conteúdo. Ele garante a segurança e o bom estado do produto; é uma prova de controle da qualidade original do produto. Mas, nos contentores de Koons, beber o conteúdo é *ingerir*, fazer desaparecer uma das substâncias componentes da obra. Porque para beber o conteúdo é necessário quebrar o selo – signo da cumplicidade entre o artista e a Jim Beam. Estes comboios, mais do que meios de transporte ou contentores extravagantes de bebida, são meios de bloqueamento de um conteúdo *inconsumível*. Tal como as caixas-vitrines dos aspiradores, os vagões são inúteis *cápsulas do tempo*. O conteúdo e o continente são um só indivisível; *sem preço*. Por essa razão, o líquido foi afastado do visível; não o podemos ver e temos de crer que ele está dentro destes vasos²⁴. Na verdade, são paródias da acumulação e reserva de mercadorias para um futuro.

O artista joga com uma oscilação paradoxal entre uma forma com função e uma forma sem função; entre um interior que contém algo que é usado (bebido), mas inacessível por um exterior que conserva e impede o acesso ao interior. Esta oscilação bloqueia o uso mas não bloqueia o valor de troca. O valor de troca, desligado do valor de uso, é transmutado em valor simbólico. Assim como as distinções entre interior e exterior ou entre conteúdo e continente desaparecem; elas são dobras de uma mesma superfície.

O balde de gelo, o serviço da Baccarat ou um balde (com uma escala de medida no seu interior) e o bar-ambulante são *remakes* rigorosas de

²⁴ Em entrevista Koons a propósito do comboio "Jim Beam" afirma ter-lhe interessado a transformação deste objecto fundindo-o em aço inoxidável, com um acabamento espelhado, mas também manter a "alma" ('soul', no original) da peça, a qual era o licor no seu interior. Para receber a *alma* a peça, após a fundição, foi enviada à Jim Beam para que cada vagão fosse cheio de Bourbon e levasse o selo ('tax-stamp'). Só que a alma não pode sair do vaso e ele é bem explícito: "You can drink it and enjoy the bourbon, but you have killed the work of art because you've destroyed the soul of the piece when you break the tax-stamp seal" (Koons, catálogo, San Francisco Museum of Modern art, 1992). A *alma* da peça está isolada. A sua existência está garantida pelo selo mas não é visível. Para ser visível é necessário destruir-se o vaso. E o vaso é a obra, a verdadeira obra de arte. A bebida apenas vem alegorizar a inviolabilidade da obra de arte manifestando-a na sua paradoxal dimensão simbólica e funcional. Porque violar, resolvendo o dilema, a obra de arte é torná-la só um vaso como tantos outros, despejado do «segredo». Numa outra entrevista, gracejando, adverte para a possibilidade do eventual profanador ficar envenenado caso consumisse o licor do seu interior.

Ainda no catálogo da sua retrospectiva em San Francisco 1992 ele repete a justificação, por nós mencionada na nota 22, para a sua preferência pelo aço inoxidável acrescentando que: "If these pieces were in silver, they would be absolutely boring. They have absolutely no desire to be in silver; they could not communicate in silver."

objectos usuais²⁵. Continuam a funcionar; pode-se abrir e fechar o bar-ambulante ou o balde de gelo. São, por contraste dos vagões, contentores vazios, sem conteúdo. O interior mesmo sendo acessível não os torna mais do que puros receptáculos. Nenhum conteúdo específico lhes foi destinado para ser aí conservado.

A publicidade é, invulgarmente, nesta exposição, o conteúdo de um *medium* tradicional. Da pintura resta a sua definição objectual e convencional (o quadro). A bem dizer, a pintura²⁶ – um meio clássico – é transformada em lugar de reprodução técnica da reprodução, em reprodução de imagens reproduzíveis, genéricas (pensadas para alimentar a circulação produtiva). A pintura, transforma-se no canal de conservação consagrante ou de comemoração da publicidade. Pilhada no passado, pela publicidade, a pintura serviu de material de auto-valorização. A pintura foi reduzida ao estereótipo do pintor da imitação figurativa, frente ao seu motivo e parodiada ao ser apresentada como um meio ‘antiquado’ de reprodução, quase uma relíquia histórico-cultural, relegada para *hobby* e valor cultural. Choca, surpreende ao ser contextualizada como quadro. A pintura vinga-se, aliando-se ao que a “mata”. É o sentido que retiramos das palavras do artista:

“I want to have impact on people’s lives. I want to communicate to the public to as wide a mass as possible. And the way to communicate to the public right now is through TV and advertising. The art world is not effective right now.”²⁷

A contrapor a outra afirmação feita a um outro entrevistador que lhe perguntou porque não escolhia, então, os *mass-media* ou o cinema para poder expandir o seu potencial de comunicação para além dos circuitos comerciais e dos museus contemporâneos:

“I don’t intend to be an artist who becomes a filmmaker and tries to get into a different area. Art can be absolutely anything, art can become commercial fine art, it can become just the film industry, it can become anything. It really is the most liberating industry to be involved with.”²⁸

²⁵ São relacionáveis com certas peças (precursoras) da *Pop* inglesa, nomeadamente as garrafas de coca-cola de Clive Baker (“Three Coca Cola bottles”, 1968) ou o “Hot Dog S. 1” (1965) de Colin Self nas quais se expressa o fascínio pela cromagem. Fascínio que, partilhado por outros artistas como E. Paolozzi em meados dos anos sessenta, denotava um gosto pela sua perfeccionalidade e luminosa sedução observável nos automóveis e outros objectos quotidianos.

²⁶ Entrevista de Jeanne Siegel in *Arts Magazine*, Outubro 1986: “Jeff Koons: unachievable states of being” encontra-se a justificação de Koons para a transferência das imagens publicitárias em papel para pintura. O artista teria escolhido a pintura, e não a re-apresentação das imagens em papel porque o papel geraria uma sensação mais irreal e menos objectual do que a pintura. A objectualidade da pintura permitiria uma maior severidade e confrontação com o espectador.

²⁷ Angelica Muthesius (ed) 1992: 77.

²⁸ “The Power of Seduction” in *Art & Design*, 1990: 48-53.

A pintura passa a ter a função de *mediação* do valor artístico das imagens publicitárias. Por seu intemédio, a publicidade entra no museu²⁹; a pintura serve de *prostíbulo* dos *media*³⁰. Na verdade, re-entra porque a operação de Koons não é inédita; a apropriação da fotografia comercial já foi operada pelo museu. Não se trata de uma evasão da arte no real, no sentido do não-artístico (anos sessenta). Não se trata de uma *ocupação subversiva* dos *media* tradicionalmente não-artísticos (como o fazem Jenny Holzer, Barbara Kruger). Se a publicidade parasita os outros *media* tradicionais para sua própria publicidade então há que reverter esta estratégia em favor da arte; há que transformar a consagração da publicidade numa forma de comemoração do estatuto da pintura e da arte. Há que proceder a uma implosão mútua. Uma implosão mútua da arte e da publicidade que é *noticiada* pela arte. Arte e publicidade, outrora irreconciliáveis na sua oposição, tornam-se inter-cambiáveis e, no limite, indistintas: a arte em publicidade e a publicidade em arte. A metamorfose a que pudemos presenciar nesta exposição diz respeito aos *media* tradicionais. Eles (a pintura e a escultura) estão *saturados* de reprodutibilidade que já não representa nem uma ameaça nem uma subversão da especificidade da pintura defendida pelos modernistas. Pintura e escultura transformaram-se em meios de reprodução (máquinas de materialização de imagens quaisquer). A pintura, passando a ser o lugar da arquivagem das imagens, constitui-se num espaço de propagação contígua imanente aos modelos de simulação contemporâneos, num espaço onde a reciclagem e transfiguração de si acontecem através de imagens publicitárias. A superfície destas pinturas não é um lugar de uma *visão*. São a superfície de reprodução e transfiguração aurática de imagens sem originais – destinadas a circular, indiferentes ao simbolismo do suporte material. O que as define é a ubiquidade; não, a materialidade de objectos.

A tarefa de Koons é a de transferir, objectualizar e solenizar a perfeição técnica dos objectos-matrizes. O quadro passa, pois, a ser uma superfície receptora da radiação de imagens e logotipos colectivos. Uma superfície solenizante que inverte o sentido de desaparecimento virtual dos fragmentos capturados. Se é verdade que, nas nossas sociedades dominadas pela informação, a imagem tende a *ultrapassar* o objecto, dessubstancializando-o, então, a estratégia de Koons cremos que tem o sentido de re-substancializar as imagens e a de transsubstanciar os objectos-imagens (puros distribuidores de informação). Ele restaura, assim, uma relativa distância entre sujeito e objecto, gera o estranhamento; repõe

²⁹ Se bem que a publicidade já fora apropriada pelo museu, catalogada e historiada. A apropriação dela por Koons não vem absolutamente «de fora»; a combinação é feita a partir do interior do museu ou galeria de arte.

³⁰ 'Prostíbulo': não só como o espaço de prostituição mas sobretudo entendemos como o espaço de tolerância.

a ordem simbólica dos objectos. Substitui a transparência do objecto pela sua opacidade. Torna-o inútil não porque esteja obsoleto, arruinado mas porque a sua perfeição funcional foi suspensa. A sua reanimação trá-los à dimensão de puras aparências. Eles surgem como uma síncope no circuito ininterrupto de informações.

Da Pintura ficou o quadro-objecto; resta a 'memória' da pintura que, ao incorporar em si a (ameaça da) reproduzibilidade, a sujeita a mutação. O *medium* deixa de ser "puro" e plasmável adquire as propriedades de reproduções. A garantia da integridade das imagens reproduzidas incita-nos ao exercício da memória-hábito da contemplação -- no sentido tradicional -- face a uma pintura; passamos a *ver* as imagens publicitárias que, por tendência, movem mais o *olhar*, um relance em vez de um face-a-face.

A bebida alcoólica (diónisos), a sexualidade como recompensa adquirida pelo consumo do produto alcoólico publicitado (a erotização desenvolvida pelos esquemas modernos de publicidade), a circulação de bens, mercadorias, imagens e palavras são, podemos considerar, meios de transporte. Estas obras reunidas num mesmo espaço e tempo de exposição geram no espectador a sensação de estar a presenciar vários registos semelhantes de/em "voz off" (uma voz que orienta e guia a narrativa mas cujo corpo não está presente no momento da narração). O efeito provocado sobre os espectadores assemelha-se ao de uma experiência tida numa sala de espelhos ou numa sala de museu no qual se repete slogans e imagens de produtos de consumo. O choque de estranheza advem da indistinção entre pintura e publicidade, entre quadro e anúncio publicitário, entre *gadgets* e esculturas; enfim, na circulação pura das imagens da vida quotidiana, de uma potenciada esteticização da banalidade. Esta exposição constitui-se na ocasião de re-actualização destes objectos publicitários, procedendo a um investimento simbólico.

Quase poderíamos dizer que "Luxury and Degradation" é uma fábula (moralista) sobre a arte, sobre os seus efeitos de enfeitiçamento e seu poder de intoxicação equiparáveis aos da publicidade. A comunicação (mediática) é feita para dominar, persuadir, desviar, atrair, produzir movimento e circulação de mercadorias. A aparência de luxo, produzida na publicidade, para gerar o fascínio sobre o consumidor é abstraída e, dessa forma, esvaziada. O luxo, sendo a forma de abstracção e de perda dos indivíduos -- na competição pela posse de signos distintivos -- associada a um código social, é, por esta exposição, transformado em uma aparência pura, sem qualquer significação ou potência de alienação.

Statuary (1986)

"On ne peut se débarrasser du double sans le matérialiser" (Regis Debray)

Nesta exposição, as *remakes* são escultóricas, exclusivamente, em aço inoxidável³¹. Esta exposição, no seguimento das *remakes* escultóricas da exposição "Luxury and Degradation" ("Ice Bucket", "Pail", "Travel Bar", "Fisherman Golfer", o comboio ou os vários vagões da Jim Beam e "Baccarat Crystal Set") antecipa certos aspectos explorados na exposição "Banality", de 1988. Salientamos a diversidade de proveniências das formas apropriadas. Assim estas pertencem quer à história da arte (inclusivé, das chamadas 'artes menores') quer aos *mass media* (do desenho animado ou dos *comic*) e, inclusivamente, quer ao tipo de objectos usuais e funcionais, quer ao tipo de objectos decorativos (*souvenirs*, *bibelots*) classificáveis como "*Kitsch*" ou 'pirosos' ou brinquedos. Mas, noutros aspectos, "Statuary" é o retorno de "Luxury". Verifica-se em "Statuary" uma ambiguidade, pertencente a "Banality", quanto à origem de objectos que referenciam outros objectos conhecidos da História da Arte. Alguns destes objectos foram provavelmente refundidos a partir de versões fundidas mais tipificadas; o que pode apontar a existência de uma instabilização iconográfica.

Todos estes objectos, muito diversificados entre si, são nivelados pela utilização de um mesmo material -- o aço -- com as suas conotações do mundo industrial e do *design* de objectos quotidianos. Um mesmo carácter de falso luxo pertence a todos os objectos re-moldados em aço. Mais propriamente, a 'pele' dos objectos é retida e conservada como 'vestígio' rigidificado de uma duplicação, de um simulacro -- numa operação correspondente à feitura de uma máscara mortuária ou à do mito amoroso fundador do desenho. Contudo, o aço não tem a exclusiva função de homogeneizar a aparência dos diferentes objectos. Ele é também o nivelador das suas temporalidade intrínsecas; o operador da intrincação e da compressão de tempos e espaços. É o operador de uma memória desembaraçada do passado. A resplandecência destes objectos, os seus brilhos, conferindo-lhes um toque de preciosismo, determina-os na sua condição de aparências puras. O aço, suporte da repetição das suas aparências, é também uma superfície imóvel de reflexão. Ela capta, distorcidos, a luz e a mobilidade dos clientes-espectadores no espaço da instalação. As superfícies criam uma sensação de intimidade e passividade no observador que é reflectido, distorcido e repellido. Enquanto suporte de uma representação, o aço invisibiliza, de certo modo, a 'pele' dos objectos duplicados. Assim, como se tornaram ecrãs de devolução de sensações ópticas e cinésicas, a forma de cada um de estes objectos posa no aço. A

³¹ Cf. nota 22.

sua imobilidade desencadeia uma mobilidade dos observadores que querem aperceber-se melhor das características do objecto.

Objectos resplandecentes; quase sem peso, cuja percepção é instável e fria ao tacto. Os reflexos são uma espécie de “hóstias” alucinogéneas. *Pseudo* = mentira. Objectos espelhados que pretendem traçar o panorama da situação da arte e da sociedade³² desde a Revolução Francesa, segundo o próprio artista, e que fascinam todos aqueles preciosistas ou aqueles hiper-realistas no gosto pelos cromados dos carros e das motas, pelo polimento das superfícies (que faz parte da obsessão da limpeza e da eternidade da aparência (como novo) dos objectos).

O emblemático coelho, segurando uma cenoura, foi construído a partir de um insuflável, do período “Early”, cujos re-envios vão desde o “bugs bunny” comendo a cenoura, ao coelho da *Playboy*. Quanto ao processo, esta alude, por inversão, as célebres “esculturas moles” do artista *Pop*, o americano Claes Oldenburg³³, elaboradas a partir de objectos quotidianos.

O coelho tem como modelo um dos insufláveis de um coelho cor-de-rosa “Pink Bunny” componente das montagens de objectos de “Early”. O coelho, em aço inoxidável, é, em certa medida, a concreção dos insufláveis e dos espelhos diédricos reportáveis ao período anterior a 1980³⁴. A superfície polida e espelhada do metal permite a sensação de ilimitação das superfícies por reflexão do espaço circundante. Ao assimilar às formas do insuflável o dispositivo de exposição (os espelhos) mediante o recurso ao aço inoxidável – escolha que reúne duas questões: 1) o da moldagem e fundição (um problema tradicional da escultura) e 2) o da apropriação e exposição de objectos “acessíveis” -- Jeff Koons efectua uma transformação apoiada num rigor copista das dobras, dos enrugamentos e do ‘pipo’ do insuflável. O objecto é re-feito, re-fabricado, reproduzido e é uma espécie de ‘expositor deformante’. Acrescentamos às filiações histórico-formais nas «esculturas moles» encontradas para este coelho as obras como os cubos espelhados do minimalista Robert Morris e as “Silver Pillows” insufláveis de Andy Warhol, ambas, dos idos anos sessenta. Porém, a nossa intenção é sublinhar as diferenças desta peça com os seus hipotéticos antecessores. Ora vejamos:

³² No dizer do próprio artista nos catálogos publicados quer pela Taschen (1992) quer pelo Museu de Arte Contemporânea de S. Francisco, (1992) na altura da retrospectiva, neste museu, da sua obra.

³³ Várias foram as estratégias representativas de Claes Oldenburg. Todas elas têm o objectivo de transformação da identidade e da função do objecto apropriado. Essas estratégias contam mais do que o próprio objecto. Os objectos são quase sempre familiares. Duas estratégias mais utilizadas: o gigantismo e o amolecimento. A identidade do objecto é manipulada como uma simples aparência.

³⁴ As alterações que ocorreram na passagem do “Pink Bunny”, componente de uma peça do período “Early”, foram as seguintes: a adição da cenoura e a subtracção dos elementos do rosto (dos grandes olhos, boca e nariz). A cabeça e o corpo são sensivelmente dois ovóides polidos.

a) os cubos espelhados de R. Morris, expostos no chão da galeria, eram recobertos de espelhos. Estes tinham a função de invisibilizar a “pele” dos cubos num claro propósito de os desmaterializar e indeterminar no observador a percepção visual dos seus limites materiais, ao mesmo tempo que neles, nas suas superfícies, o espaço da galeria se reflectia de acordo com a deambulação do observador;

b) as almofadas prateadas insufláveis de Andy Warhol, “nuvens”, foram expostas, a flutuar no ar, numa galeria de arte cujas janelas tiveram, concerteza, que permanecer muito bem cerradas. Visto que, a quase-ausência de estrangimentos gravíticos sobre estas peças, com hélio, poderia pôr a perder aquilo que era e devia ser só uma sensação para o seu autor da sua arte – a sensação da sua arte, na sua «radical leveza» parecer querer sair lá para fora e querer vencer o peso, a inércia;

c) as esculturas moles de Oldenburg re-produzem, positivamente, a “pele” dos seus modelos (a sua forma exterior) mas, ao variar o volume do seu espaço interior provoca a sensação de distorção da forma de origem.

Relativamente às almofadas de Warhol, a sua leveza e efemeridade passa, em Koons, a pêso e a durabilidade. Por relação a Oldenburg, Koons reproduz a forma exterior mas ele eliminou, ao usar o metal, qualquer possibilidade de alteração do volume do espaço interior dos objectos. As dobras nunca mais se modificarão como sucede nas referidas peças de Oldenburg. Koons inverte o ‘mole’ para o ‘duro’. Neste ponto de vista aproxima-se da estabilidade e permanência de forma dos cubos de Morris nos quais está coligada a sua desmaterialização óptica. As formas reproduzidas são idênticas apesar da substituição da substância as dotar de uma outra aparência. As superfícies destes novos objectos tornam-se superfícies de aparição, de imagens de outros objectos.

Consideremos um balão: a acção mútua das forças internas e externas na superfície do balão contribuem para a estabilidade (efêmera) da sua forma só perturbada por uma eventual perfuração que coloca em contacto dois espaços separados hermeticamente – interior e exterior. Ora, na *remake* em aço inoxidável, “Rabbit”, a acção destas forças desaparece. Pois, o coelho em aço, ao ser reprodução fiel tanto da aparência exterior (pele) quanto do espaço interior do coelho insuflável, tem uma ‘nova’ pele; adquire uma pele dura cuja perfuração não o fará explodir; os dois espaços são inacessíveis. Ou, seja, há reiteração do “ôco” do espaço interior, mas sem qualquer funcionalidade senão a de atestar uma interioridade inacessível, cujo invólucro (rigidificado) espelhando o seu contexto de exposição como que arrasta este para um falso interior à superfície, no exterior.

Esta rigidificação da ‘pele’ ou da aparência de objectos – como tentamos narrar alegoricamente – anuncia a estratégia de

'monumentalização' no sentido clássico do termo, -- que supunha a utilização de materiais duráveis, feitos para resistir ao tempo. Apesar de não implicar um espaço específico para o qual o monumento seria concebido, dizíamos uma estratégia de monumentalização porque transporta para o espaço da galeria objectos (imagens, se se preferir) muito diferentes homogeneizados por uma mesma substância. Uma mesma substância que indica a recollecção e a distorsão da sua memória. É o próprio material que permite significar esse nivelamento de categorias, de temáticas e de técnicas associadas aos objectos de partida. É esse nivelamento que é tornado em monumento e, mais tarde, perceberemos, quanto essa realidade será motivo de apoteótica celebração nas exposições seguintes.

Nesta exposição a referência ao poder político (anterior à Revolução Francesa, sec. XVII e XVIII que marca o apogeu do Antigo Regime e o tempo do Absolutismo Monárquico) é feita através do busto de Luís XIV. Esta peça rivaliza, em tamanho, com a peça analisada "Rabbit". "Luís XIV" é pouco maior que a escultura do coelho. Ambas as esculturas são as maiores da exposição. A dimensão semelhante acaba por ser um factor da percepção dos seus contrastes. Uma escultura representa a representação escultórica do Rei (originalmente em mármore?); uma outra representa um brinquedo insuflável idêntico ao de um constituindo uma peça anterior do próprio artista.

Não nos parece aleatória a aparição de uma representação de um rei. Representando-o, uma representação em mármore do Rei absolutista, em aço inoxidável, Koons faz coincidir tempos e espaços histórica e geograficamente distantes. A transsubstanciação num material industrial degrada, banaliza, estandardiza e intemporaliza o ícone-ídolo. A aura é a da superfície metálica -- como aparência que remete para si própria e não para o Rei ou outra instância sobrenatural.

A referência a Luís XIV, o Rei Sol, não é ocasional: o valor das aparências regressam. De facto, é sob o reinado dele, que a *sedução* ganha foros de ser um poderoso meio de exercício do poder em substituição do da repressão exercida por Richelieu (ministro forte de um rei fraco, Luis XIII, nos anos 1630, arrasa os castelos-fortes que serviam à alta nobreza de França de bases militares para contestar o poder da coroa). É nesta altura que se dá a nobilitação de homens que não correspondiam à tradicional condição da nobreza, a de terem serviço reservado nas armas. No seu reinado, sob considerável resistência, os homens de leis, "homens de letras, pintores, escultores, architectos, médicos, cirurgiões, químicos e botânicos"³⁵ foram sendo reconhecidos juntamente com o reconhecimento da dignidade do comércio.

³⁵ Devemos estas informações a Paul Connerton *Como as Sociedades Recordam*;102-103.

A sociedade francesa do século XVII³⁶, era uma sociedade de “ordens” ou “estados” estritamente classificados, uma hierarquia de dignidades e de qualidades demarcada pela observância rigorosa de títulos, posições e símbolos. A arte não podia neste contexto ser a expressão de uma forma de oposição política. Os artistas estavam ao serviço do Rei. As artes e as literaturas deviam obedecer à exigência de serem razoáveis e de serem fiéis intérpretes do homem tal como a sociedade o modelava.

O Rei como o Sol, marca e escande o tempo público da Corte. A realeza e a monarquia são um espectáculo fabricado pelo Rei. A Corte levanta-se e deita-se com o Rei. Dançarino, baila, só, para a nobreza o ver. É ele o centro das cerimónias de privilégio (organizadas em sequência diária). Ele é, em simultâneo, o ponto de fuga e o ponto de vista destas representações³⁷. A pompa e a vida da corte teatralizam-se. O jogo de sedução das artes cénicas é o modelo da vida da Corte francesa. Mas a teatralização não é vista como uma falsificação da vida – porque é na corte que mais se vive a vaidade, a importância das aparências, que marca a própria condição humana -- é nela também que nasce a psicologia do homem vão, ser passional cuja conduta não se rege pela razão, ou pela moral ou ainda pela fé mas sim pelas suas ilusões e emoções. A corte torna-se o microcosmos da sociedade.

Na realidade, a referência deslocada ao Rei, *mediante* um *pastiche* num material industrial, vem ser um comentário à condição da arte desde o século XVIII à actualidade. Como afirma o artista, “Statuary” constitui uma panorâmica dos objectos. Um comentário à situação em que a grandeza falsa do Rei, da condição e sistema que representava, desaparecida, foi substituída pelos *media*, pela sua monarquia democrática. A desfiguração, a infantilização, a derrisão ou tipificação da representação de “Hope” é

³⁶ “A diferenciação em ordens e estados, o sistema de alianças através do casamento, o valor de uma ascendência nobre -- tudo mostra que a relação de sangue é crucial nos mecanismos e cerimónias do Poder.” Parafraseando Foucault, Paul Connerton afirma que “o poder fala através do sangue, é uma realidade com uma função simbólica. A verdadeira nobreza é uma raça. Mas se o sangue autentica a pertença a um grupo antigo, essa pertença deve ser exibida de forma visível. Exibe-se através de privilégios cerimoniais e de diversões cerimoniais.” Paul Connerton, *op. cit.* :104.

³⁷ “My bust of Louis XIV is about the confidence that can be placed in a monarchic situation; it’s about the ruins of Versailles. The stainless steel alludes to proletarian luxury, a necessary component of any political support system” (O aço inoxidável assume a função de encenação de falsificação da qualidade dos objectos auráticos, luxuosos mas no entanto não defraudaria as expectativas psicológicas de alguém. Não defraudaria estas expectativas porque a arte nunca o fez. O aço inoxidável como uma reflexão do polido, do brilho associado aos objectos de luxo, aos objectos sagrados, em ouro -- como os fundos das pinturas bizantinas ou medievais -- é um material industrial muito menos valioso mas que reproduz -- é o que interessa -- a aparência aurática destes objectos, sagrada, em todo o caso menos secreta, de minoria ... Um material muito mais acessível no qual muitos objectos quotidianos foram e são moldados.) Mais adiante: “The bust of Louis is a symbol of the confidence that can be placed in an authoritarian regime, but it is also a symbol of all labor exchange systems in History, including capitalism. What is being communicated is a decriticalized political situation. As Louis is not performing as a monarch anymore, the lower class individual can feel comfortable that he can not be betrayed once he has gone into this state of entropy and the upper class is able to partake in a false security and therefore can not betray the lower classes.” (Giancarlo Politi *Flash Art* nº 132 - Fev. Mar. 1987)

sinal de uma plasticidade a que os protagonistas mediáticos se sujeitam. Uma plasticidade, em nada idealizada e, totalmente, inconcebível num regime absolutista como o da sociedade francesa do século setecentista onde as aparências eram rígidas, codificadas. Hoje, as aparências estão purificadas do sentido.

O modelo de representação escultórica é clássico; é um busto. Para além do busto do Rei, uma mulher italiana “Lucia Mondella” é um outro caso de um busto nesta exposição.

“Bob Hope”, faz a referência aos *media* por intermédio de uma das suas celebridades. Enquanto representante das massas, Bob Hope aparece numa representação caricaturada³⁸ contrariamente a Luís XIV, o monarca absoluto cuja representação possui um fundamento teológico. “Bob Hope” é a pequena escultura de corpo inteiro, em que ele está de pé, de braços cruzados, sorrindo, ao que parece para a objectiva fotográfica. A caricatura, a distorsão são os meios de uma representação distorcida e paródica.

“Lucia Mandella” ou “Italian Woman” olha para baixo. Parece ver as duas crianças. Está vestida a século XVII com um penteado puxado atrás por /com um leque. Veste um corpete. E está agrinaldada.

“Duas Crianças” representa uma cena de disputa pela comida (?). Uma afasta a outra. A que é afastada aproximara-se encoberta por um casaco (?) e parece murmurar ou pedir algo à que estava a comer. Entretanto, como a criança rejeita violentamente a outra faz com que o prato da sua comida se entorne.

No que diz respeito a objectos mais do domínio da banda desenhada ou do desenho animado do que de objectos decorativos temos, respectivamente; a “Mermaid Troll” fazendo par com o “Cape Codder Troll” e a «jarra de flores». “Mermaid Troll” tem uma modelação arredondada a contrastar com a modelação por facetas do “Cape Codder Troll”. As duas esculturas em aço, não polido, têm um mesmo sorriso arreganhado ou gargalhada estridente, com umas grandes e proeminentes dentaduras. O “Cape Codder Troll” tem os braços na mesma posição que os de Bob Hope. A escultura de Bob Hope e estas duas referidas possuem sensivelmente as mesmas dimensões, o que lhes confere uma certa afinidade formal. A personalidade mediática é representada de forma caricatural no realismo dos seus traços fisionómicos. Contudo, ambas as esculturas parecem provir dos desenhos animados, dos *comics* ou das bandas desenhadas para crianças.

³⁸ A partir de um *souvenir* que surge numa fotografia do artista encostado à janela de um apartamento em Nova York e vestido, embrulhado num pano com uma grande impressão da cara de Michael Jackson. Esse *souvenir* tem as mesmas características gerais da peça em aço inoxidável; a mesma desproporção da cabeça em relação ao corpo diminuto. As alterações são as seguintes: na posição e no que fazem as mãos, uma no bolso e a outra, a direita a segurar um microfone; no penteado, na policromia que desaparece e no rosto um pouco mais jovem do que o da réplica em aço.

“Doctor’s Delight” quase uma das situações tipo erótico ou pornográfico— Vilhena, para evocar o caso português — uma pequena escultura de uma mulher de pé, muito provocante, parecendo fugir do médico sentado no sofá pronto para lhe aplicar uma seringa. Ele olha para o seu traseiro — que é visível um pouco por causa da mini-saia, um pouco enfunada pelo vento(?) — com um sorriso matreiro. As duas personagens são representadas caricaturalmente a contrapor à representação realista/naturalista das “Duas Crianças”.

“Casal Francês” num coche. Ele, do lado de fora, e ela, no seu interior. A situação de sedução, de encontro entre o homem e a mulher contrasta com a mencionada “Doctor’s Delight” mais banal e vulgar. Embora, o mesmo tipo de representação surja em *bibelots* mais *Kitsch*. O rococo e o barroco são estilos pilhados pelo *Kitsch*. O mesmo tipo de vacilação quanto à identificação da origem destes objectos. O processo de nivelamento veio apagar a origem.

“Flores” numa jarra em forma de terrina(?). O continente funde-se com o conteúdo. Jarra e flores unidas pelo mesmo material. As dobras, rugas, incisões para caracterizarem ora a organicidade das flores ora para caracterizarem a superfície da terrina são genéricas, abstractas quase ambíguas quanto à intenção imitativa dos modelos. A razão é o próprio material cujas características já foram suficientemente aludidas. O modelo da jarra, pelos seus traços conotáveis do rococo ou barroco aproxima-se em muito das imitações difundidas pelo *Kitsch* em formas de *biblots*. Alguns sulcos desta parecem indicar uma representação fragmentada de um cesto sobre a superfície de uma terrina usualmente feita em porcelana, cheia das suas contorsões e arrebiques inalcançáveis na cestaria, representação que pertenceria seguramente aos modelos pirosos aludidos. A refundição parece trazer, para além da possibilidade de fiel conservação e propagação das imagens, a outra, a de traição ou distorsão da memória das imagens e dos objectos.

Kiepenkerl (1987)

Este projecto, de intervenção pública poder-se-ia considerar como declinação da “Statuary”. Na Alemanha, em Munster, participando no “Munster Sculpture Project” (1987), Koons concebeu a *remake*/simulacro em aço inoxidável de uma escultura existente em bronze intitulada “Kiepenkerl”³⁹. Essa escultura, muito popular, representa um camponês

³⁹ A reprodução da escultura original é por fundição — um meio de reprodução em massa como nos adverte W. Benjamin no seu ensaio célebre “A arte na era da reprodutibilidade técnica”. A nova versão da escultura em aço inoxidável, acentuando as características visuais de novidade da reprodução, altera a percepção da volumetria da peça original. Altera, inclusivé, a dureza, a opacidade, a separação estanque entre interior e exterior que o bronze, com a patina, garante. O aço aproxima, esta escultura

que vem à cidade vender os seus produtos. O cesto que transporta às costas contém pelo menos um animal morto; um coelho. Na Segunda Guerra Mundial foi o monumento que sobreviveu ao Holocausto... Certamente, o tema não podia ser indiferente ao artista americano⁴⁰. A substituição da escultura anterior pela sua réplica não é mais do que a re-integração da mesma obra num outro circuito. *Re-venda* do mesmo confiscado... Não há, nesta intervenção, uma recontextualização do objecto num outro espaço de exposição; não houve uma re-localização; não houve uma transladação da obra para um outro espaço; somente, uma substituição do original em bronze por uma réplica noutra material distinto. A obra é formal e estruturalmente a mesma e, no entanto, *não é*. Em termos de molde, as duas obras são efectivamente semelhantes/iguais: a obra em bronze e em aço inoxidável partilham as mesmas dimensões e características formais embora se distingam por diferentes características físicas dos respectivos materiais; o aço inoxidável polido reflecte tudo em volta distorcido enquanto o bronze não reflecte. É pelo material substituído que se pode falar em nova ocorrência (temporal) da obra. Esta obra é reconhecida pelos habitantes de Munster como a mesma escultura mas totalmente diferente na sua aparência. A restrição da operação estética à mera substituição do material de uma escultura anterior permite uma nova “visualidade”, uma nova “visibilidade” a uma obra que provavelmente já teria mergulhado na invisibilidade da percepção dos seus espectadores-trauseuntes. Esta operação como que restaura a escultura antecedente, a renova e a traz de volta ao olhar interessado dos habitantes de Munster. Uma mais-valia de popularidade àquela que ela já possuía desde a Segunda Guerra Mundial. Passam de novo a ver o que já não viam. Renasce o seu interesse. O âmbito da operação artística é delimitado à refundição do que *antes* já lá estava. A refundir, por conseguinte, o *já visto*. O *depois* traz o *mesmo* com uma ligeira modificação “cosmética”. O *depois* é o momento do mesmo repetido com diferença. A mudança de material (para aço inoxidável) é uma espécie de *indicador formal* que designa, denuncia o acto que sob “segredo” seria considerado acto fraudulento. É como se estivessemos diante de um caso estranho: um “criminoso”, arrependido da perfeição do seu pretenso crime, denuncia-se. Ele sabe que o segredo não compensa de todo, neste tipo de casos, já que o

de Koons, pela sua aparência, dos cromados dos carros e motos, dos objectos de cozinha ou de design; ou, ainda, das capacidades de metamorfose daquele ser híbrido, tecnológico, do filme *Terminator -- Judgement Day*. Sobretudo, recorda-nos a respectiva sequência de efeitos especiais na qual uma superfície plana e reflectora, formada pela agregação de várias bolhas de metal derretido, emerge do solo recompondo, gradualmente o corpo do Terminator. Na fase de recomposição de Terminator, uma refundição sem molde, assistimos a um fenómeno escultórico e, além disso, a um espectáculo óptico feito de reflexos de luz que, ao se refletirem na massa informe de metal, nos torna difícil a determinação da sua forma final.

⁴⁰ No seu catálogo elaborado pela Taschen Koons refere-se ao interesse por esta escultura, pela figura representada -- impossível actualmente -- da auto-suficiência e pelas dificuldades com que se debateu no processo de fundição da *remake* em aço inoxidável.

criminoso (verdadeiro ou não) gosta de ver reconhecido o seu génio. A natureza desta intervenção é paradoxal: se por ela Koons se pode apagar enquanto sujeito-escultor é, também, verdadeiro que o seu apagamento efectua o apagamento do sujeito-escultor (desconhecido) desta escultura. Paradoxo: apagamento de um em proveito de outro; ou co-existência de ambos. Funciona um pouco como as recriações de velhos mestres da Pintura por Andy Warhol; aí, Warhol, sobre a reprodução fotográfica de uma obra pictórica célebre, impressa sobre tela, re-coloria e redesenhava em contornos paralelos o motivo do quadro.

Parece-nos que esta operação de apropriação e de refundição (*remake*, mesmo no sentido em uso no cinema) ao operar-se sobre casos de obras “menores” reverte a situação de dívida (a de Koons) numa situação de suspensão da mesma (i.e. da troca). Como se quem tivesse feito a *remake*, o plágio, fosse o único ganhador-credor (*mediando* uma forma menor ao trazê-la diferente para o espaço da arte) desta operação (para além da própria forma). O que é bem diferente, quanto ao significado, da recriação de obras do passado por artistas na sua velhice como Picasso ou mesmo Warhol. Estes já pertenciam à História da Pintura ao tempo da realização das suas recriações.

No fim de contas, nem sequer em termos de “apagamento” se poderia considerar esta operação, pois que ela é sempre a operação de um autor a apropriar-se de outro autor, de uma das suas obras. Pode-se, isso sim, falar de um apagamento de Koons-sujeito-escultor na medida em que o objecto que *suporta* a sua intervenção não constitui uma expressão dele, não havendo, por essa razão, na segunda ocorrência, um escultor -- porque não há feitura. O que aqui se trata, como de resto no *ready-made* -- o que, aqui, interessa verdadeiramente não é tanto aquele objecto particular, as suas propriedades sensíveis quanto a sua ideia, a sua noção. Sobretudo, o que lhe interessa é “o modo de recepção conceptual” deste acto⁴¹. Como Beckett em *Tête Morte*: “J’avais l’obsession du blanc, non de la couleur, mais de la notion de blanc”. No falso *ready-made* joga-se à determinação da ou à noção de *ready-made*; já não é a ideia de *ready-made*, o seu conceito de que o objecto seria o seu suporte mas a ideia de que a própria noção, a própria determinação de *ready-made* pode ter como suporte não um objecto mas o próprio sistema de representação, isto é a própria noção de mimesis, de imitação (das imagens)⁴². A oscilação

⁴¹ Gérard Genette in *L’Oeuvre de L’Art, Immanence et Transcendance*, Seuil, Paris, 1994.

⁴² Recordemos, a título de ilustração, as latas de cerveja, reproduzidas em bronze, de Jasper Johns -- de que poderemos ver como uma influência *pop* sobre alguma produção escultórica de Koons, nomeadamente a pertencente a “The Equilibrium”, “Statuary” ou “Kiepenkerl”. Coloquemos as obras de Johns *sob* e, de certo modo, *contra* o questionamento pictórico da representação clássica operado por Magritte nas pinturas “Ceci n’est pas une pipe”. O acto de Magritte é denunciador do “segredo da representação e da sua desconstrução/revelação (pela palavra na relação com a imagem). O paradoxo aparente, em Magritte, reside no re-conhecimento de uma representação sob um outro funcionamento que mostra o *desdobramento* em que se funda a representação clássica. Digamos: Magritte volta a

própria da noção entre “être ceci/ne pas être ceci” opera em ambos os casos. Há uma espécie de *apatia* – contraposto ao trágico que Lyotard diz pertencer à metafísica da mentira porque o trágico repousaria numa crença – detectada na Arte Pop.

Banality (1988)

O desvio da estratégia do *ready-made*, em conformidade a uma linha apropriacionista, é acentuado nesta fase. Da mesma forma, as *remakes* não absorvem, literalmente, os objectos domésticos do quotidiano. Koons desloca-se para o território da criação de objectos a partir de um processo de montagem/*pastiche* de objectos e imagens das mais diversas proveniências (da História de Arte, Publicidade, *media*, brinquedos, cartões postais, cartoons, BD)⁴³. Deu-se, nesta exposição a diversificação da paleta cromática, de materiais (cerâmica, madeira policromada, vidro e espelho) e, por consequência, da de técnicas artesanais. A utilização de um imaginário oriundo dos *Shoppings*, de postais e revistas populares posiciona esta exposição sob a alçada da *Pop Art* a qual o autor considera ser o “movimento de retorno ao objectivo, a um vocabulário objectivo” de modo satisfazer as necessidades – diversão, entretenimento, identificação – das pessoas. Corresponde a um efectivo desejo de assumir o público como *ready-made*. Seduzir grandes audiências é justificável porque, nas palavras do autor, “comunicar o mais vivo, o mais imediato, o mais compreensível, não corresponde à desarticulação e ao simplismo geralmente atribuído ao vocabulário popular.”⁴⁴ Para cumprir tal exigência as imagens são extraídas de domínios distintos como dos *mass-media* -- em menor quantidade da área do *design industrial*.

representação clássica sobre si mesma. Johns, ao contrário, “salta” este momento crítico no qual a representação se reconhece, para abusando do “*trompe-l’oeil*” (como signo da manualidade ou *métier* do pintor) *restituir*, às réplicas em bronze das latas de cerveja, o estatuto de “pele” que recobre e esconde o material nobre (o bronze). A pele, dizíamos nós, é a identidade comercial das ditas latas. Desta maneira, a identidade comercial não mostra ser só aparência exterior, sem mais, e ser a aparência que dissimula, não o objecto real (a essência, a forma), mas outra aparência. Jeff Koons, utilizando, como temos oportunidade de mostrar, não já os sinais de feitura, que constituem o falso *ready-made*, mas a mudança de material, desloca-se entre os dois, entre Magritte e Johns. A feitura é posta entre parênteses; é *ready-made*. É o material, que se tomando uma aparência, dessa maneira, permite significar a des-realização do mundo, a natureza simulacional da nossa realidade quotidiana. O paradoxo aparente mantém-se nos três artistas referidos. O engana-olhos-tacto-uso de Koons vai ao ponto de os objectos funcionarem com objectos reais e não só enquanto imagens ilusórias.

⁴³ “When I did The Banality work I stopped working with the object as a *ready-made* and I assumed the public as a *ready-made*; I just pushed every button, I removed their options. If I wasn’t going to seduce the public through sexuality I would seduce them with spirituality and if that didn’t work, I would use materialism, and even an essence of formalism.” (entrevista do artista a Matthew Collings por ocasião da exposição “Arte Pop” no Royal Academy e na Serpentine Gallery; impressa em *Art & Design* “Pop Art”: 43). O desejo de apelar mais directamente ao público, às audiências, explicita-se muito mais: “I’ve made what the Beatles would have made if they had made sculpture. Nobody ever said that the Beatles’ music was not on a high level, but it appealed to a mass audience. That’s what I want to do.”

⁴⁴ *Art & Design* “Art Pop”, 1991 numa entrevista de Matthew Collings a Jeff Koons.

As imagens referentes a obras históricas da Pintura são sujeitas a um processo de nivelamento que, ao indistinguir as suas marcas estilísticas, nos faz esquecer a sua origem não-mediática. Um bom exemplo de citação distorcida é a peça de S. João Baptista. Nesta peça cheia de dourados, S. João Baptista, aponta com o dedo indicador o céu⁴⁵ – como sucede na pintura de Leonardo da Vinci. Só que, S. João Baptista está abraçado a um porco, a uma cruz filiforme e a um pinguim. O seu leonardesco sorriso e jeito enfeminado, juntamente com os toques de dourado espalhados pelo seu cabelo, pela pele de animal que veste, pelo focinho e patas do porco, pela cruz e pelo pinguim, pode ser conotado de *angelismo mediático do banal* – a contrastar com a anterior conotação de beata plenitude da graça divina.

As operações de *pastiche* vão envolvê-lo em vários processos judiciais⁴⁶, sob acusação de plágio. O caso mais conhecido: a escultura em madeira policromada “String of Puppies” feita a partir de uma fotografia de um postal. Estes confrontos com a justiça – nem sempre bem sucedidos para o autor – constituíram uma oportunidade para o autor reivindicar o direito à disponibilidade de todas as imagens quaisquer que elas sejam – justificável por um lado, talvez, por vivermos numa sociedade da digitalização e, por outro lado, por simpatia pós-moderna pela recusa da operacionalidade do conceito de originalidade, contra a ideia de autor como proprietário das coisas.

“S. João Baptista” é uma cerâmica policromada. Os animais que já referimos, o porco e o pinguim, repetem-se, na companhia do artista, nos posters publicitários e promocionais da exposição – que são quatro. As informações dos cartazes promocionais são os mesmos: Jeff Koons e a indicação das três galerias em três cidades – Colónia, Chicago, New York.

De facto, “Banality” inaugura a diversificação das figuras sociais do artista numa campanha de tipo eleitoral. Koons desenvolve uma potencialidade descortinada na sua peça “The New Koons” na série “The New”. Campanha paródica de campanhas eleitorais (onde o importante é convencer/converter os eleitores valor de uma «maneira de ser», de um estatuto sócio-moral), pois que se trata de uma campanha peculiar: ela alberga em si uma série de campanhas diferentes de um mesmo candidato, diferentes poses e figuras de um mesmo actor. Paródia de campanhas eleitorais; “jovem galã” rodeado de animais do Ártico ou herói de adolescentes cercado de miúdos – uma turma tipo “United Colors Of Benetton”. Enquanto várias campanhas numa mesma campanha ele

⁴⁵ O dedo indicador erecto pode, não apenas, ser relacionável com um gesto obsceno mas, também, com o equilibrismo com a bola de basquetebol em dois dos posters da “Nike”: a mulher de “The Williams” e o jogador nº 4 de “Sir Kid”.

⁴⁶ Em entrevista publicada no número da *Art & Design*, “Pop Art”, 1992, J. Koons alude aos sete processos relacionados com violação de direitos de autor. Como acusado ele critica as leis concernentes a esses direitos: “I don’t believe in the restriction of that vocabulary. The laws concerning art right now are totally based on modernism, which had a short story in art.” (*op. cit.*: 43-44)

propõe como todas as outras *variados climas físicos, conjuntos de escolhas quotidianas, expressas numa morfologia, numa maneira de se vestir, numa pose*.⁴⁷ A preocupação excessiva com a imagem geral de um candidato numa campanha eleitoral pressupõe o reconhecimento do poder de conversão das imagens. A concorrência entre marcas comerciais é desdobrada numa guerra de imagens de produtos, de exemplos e feitiços tal como em qualquer campanha eleitoral. O problema está, por vezes, segundo Roland Barthes, em tender-se a escamotear a «política» (um corpo de problemas e de soluções) em benefício de uma «maneira de ser», de um estatuto sócio-moral” -- de maneira a transmitir os móveis do candidato (não os seus projectos), as circunstâncias familiares, mentais e mesmo eróticas, “todo esse estilo de ser que ele é ao mesmo tempo o produto, o exemplo e o isco.”⁴⁸

Mas se a fotografia e os restantes *mass-media* supõem -- a acreditar em R. Barthes -- uma familiaridade ou cumplicidade do candidato com o público, dando a ler o familiar, o conhecido e propondo ao (e)leitor “a sua própria efígie, clarificada, enaltecida, elevada soberbamente ao *estado de tipo*. (...) que define (...) a *fotogenia* (...)”⁴⁹ é possível, ainda, que a conversão através da produção de semelhanças possa ser esvaziada de qualquer conteúdo, de qualquer manipulação ideológica. É, afinal, o que Jeff Koons faz nos seus cartazes promocionais. Comparadas com as campanhas eleitorais habituais, onde o eleitor é, ao mesmo tempo, expresso e promovido a herói, convidado a eleger-se a si mesmo, a investir-se, por delegação, no candidato-tipo, as campanhas de Koons são uma paródia interminável da produção de delegação. São campanhas sem uma mensagem; estão sabotadas, desde o início. Já que são realizadas para servirem de divertimento e de irrisão de poses, estilos -- pretensos veículos de uma autenticidade -- em favor da folia, da artificialidade de *décors* e atributos; em favor de um certo pendor para um infantilismo que conjura contra o estatismo do desencanto vigente.

Num dos posters, o artista faz-se retratar acompanhado de porcos. Encosta-se a um grande porco e traz de baixo do braço um mais pequeno. Com o mesmo sorriso leonardesco de S. João Baptista, Koons parece ter empurrado o porco maior para poder ainda ficar dentro do enquadramento. É que o porco, não completo, mesmo assim ocupa a parte central da fotografia. O pequeno porco, transportado por Koons, desfaz o sentido de grave rivalidade contra o outro porco. O seu gesto é a de uma rivalidade simulada; é um jogo de vaidades.

O grande porco parece ser o retrato do artista:

⁴⁷ Parafraseamos Barthes, “Fotogenia Eleitoral” in *Mitologias*: 175.

⁴⁸ Barthes, *op. cit.*: 175.

⁴⁹ Barthes, *op. cit.*: 175.

"I was there with two pigs (...) so it was like breeding banality. But I wanted to debase myself and I call myself a pig, before the viewer had a chance to, so that they could only think more of me in the future."⁵⁰

A referência ao profeta S. João Baptista é ambígua como quase sempre as suas referências. Mas podemos acreditar que S. João Baptista é, jocosamente, "o (seu) símbolo do baptismo na banalidade", uma reiteração paródica do baptismo de Cristo. Efectivamente, que Céu nos é oferecido, assinalado? O poster do artista com os seus porcos representa e apresenta a sua divertida degradação. O humor com que a executa permite transformar uma mera operação de retratação social, propagandística, numa oportunidade de se transformar em seu próprio *mediador* para o círculo artístico -- a exemplo do que acontece nos actuais "reality-shows" televisivos. Tem, no entanto, a vantagem de ser paródia; por isso, de assentar numa intensificação do artifício, da mascarada à custa da banalidade. Esta operação pode elucidar um pouco o que ele refere como uma nova fase do seu trabalho ao ter assumido já não somente o objecto mas o público como *ready-made*⁵¹.

Num outro poster, apresenta-se descalço e sentado. Veste um roupão preto com uma espécie de bordado, um brasão dourado a azul e vermelho. Na mão esquerda tem um anel azul. Duas focas -- animais do Ártico que são substituídos noutras peças por pinguins -- ladeiam-no e estão coroados de flores. Por detrás do artista está uma espécie de tenda laranja, azul e branco-rosado, fechada. A cena tem lugar num espaço interior/exterior, provavelmente um jardim, com vegetação frondosa.

"It was really about assuming leadership and declaring myself king. And even though the subjects of this world of mine may just be these seals, these protectors of mine, I was still king of my world."

No terceiro poster, Koons aparece vestido de negro escuro, camisola e calças jeans. No quadro verde, da escola, ele, líder ou pedagogo, com um sorriso nos lábios, pau de giz na mão, parece satisfazer-se a responder às perguntas (da massa) dos alunos, crianças multi-raciais com as mãos no ar, a sorrirem, de costas, em primeiro plano. No quadro verde, o 'professor' parece ter escrito os seguintes slogans os quais supomos serem o objecto da discussão ou de esclarecimento didáctico: "Banality As Saviour", "Exploit The Masses", "Monumentality" e outras ocultadas.

⁵⁰ Koons entrevistado por Matthew Collings in *Art & Design* "Pop Art".

⁵¹ "When I did the Banality Work, I stopped working with the object as a *ready-made* and I assumed the public as a *ready-made*: I just pushed every button, I removed their options. If I wasn't going to seduce the public through sexuality I would seduce them with spirituality and if that didn't work, I would use materialism, and even an essence of formalism." (entrevista de Matthew Collings na ocasião da exposição *Arte Pop* na Royal Academy e na Serpentine Gallery, in *Art & Design*, "Pop Art", 1991: 43).

O desejo de apelar às audiências (às massas) em "Banality" é mais explícito nesta citação: "I've made what the Beatles would have made if they had made sculpture. Nobody ever said that the Beatles' music was not on a high level, but it appealed to a mass audience. That's what I want to do" (*statement* do artista in *Jeff Koons*, Taschen, 1992: 117)

Outro poster: numa paisagem campestre supostamente ao ar livre, um céu nublado (artificial, manipulado por computador), recorta-se, em bloco, o artista, um gorila com uma boca escancarada e duas mulheres. As duas mulheres vestem biquínis. A mulher, à direita, de perfil, traz um bolo de anos, cremoso em tons rosa e branco. Aproxima-se, olhando o artista de soslaio. O artista, ao centro, de pé, com um pequeno *bouquet* de flores na mão, vestido de negro, olha o observador – apesar de parecer consciente da aproximação da mulher. No meio das suas pernas, está sentado um gorila. A cabeça do gorila possui uma espécie de peruca dourada. A sua boca escancarada está ao nível do sexo do artista. A outra mulher, a que está sentada, à esquerda, enquanto acaricia o pescoço do gorila, volta-se, para a sua direita, para ouvir ou ver algo que aconteceu fora do enquadramento da imagem.

Os três posters encenam relações de controle, de liderança e de poder; de apelo e de sedução das massas solícitas. Trazem a questão da auto-representação do artista, que se identifica, antecipadamente, “como um porco”; como demagogo/professor/pedagogo ou executivo/vip/jet set. Identificando-se como porco, Koons usa a auto-ironia e o cinismo como moeda de troca. O poder é porco. Estas imagens são, no verdadeiro sentido da palavra, alegorias antecipadas ou auto-comentários sobre a recepção das estratégias do próprio artista nos meios institucionais da arte. São acções que desconcertam e silenciam; tudo está dito pelo próprio.

Estes três/quatro posters têm a importância de serem uma “réplica” aos da “Nike” bem como aos da “Luxury and Degradation”. Não no sentido de reprodução das suas características formais, mas no sentido em que eles também afirmam vigorosamente a propaganda de um certo estilo de vida -- da representação da masculinidade, da raça, do acesso a outros estados sociais a partir do uso do desporto ou da arte, como fazem Koons ou a classe elevada, para estratégias de distinção e promoção sociais – e assumem a dimensão da promoção e da obra como parte integrante do trabalho artístico. Obviamente, que nesses posters, a atitude de Koons não partilha da atitude hierática e frontal, quase de sobrançeria da de “Moses”. Pelo contrário, ele aparece sempre muito solícito, pronto a transformar-se em alvo de ataque, em objecto de interrogatório e no de projecção dos desejos hostis, ou não, dos outros. A prestabilidade compenetrada em transformar-se em objecto de comunicação, em figura irrisória do desejo alheio desconcerta. Capacidade, essa, que é a de se moldar às exigências da oferta e da procura de representações; ao mercado dos desejos. Talento de ser *ecran* do público; sensibilidade que se apura no caixeiro-viajante, no vendedor, no artista de televisão ou no candidato político.

Nesta exposição, o aparecimento das esculturas de madeira traz a apropriação do trabalho artesanal dos seus executantes. As marcas visíveis do entalhe e da pintura-coloração contraria o que era comum nas

exposições anteriores. Só que o trabalho artesanal, manual, aparecendo numa altura em que era revalorizado nas tendências artísticas *neo* ou *pós*, por ser “alugado”, estabelece uma distância ao valor da *mão* do artista. Embora, esse trabalho seja controladíssimo em todos os seus aspectos de planificação e concepção como o próprio não se cansa de sublinhar. Essa distanciação da *mão* permite que os artesãos assumam como deles as ‘suas’ peças. De dois modos: que eles se projectem nelas e sintam, ao assiná-las, a ilusão de lhes pertencerem.

“Ushering in Banality” (escultura em madeira) representa um porco com um laço verde ao pescoço. Esgravata algo no *chão*. Vem, entretanto, amparado por dois cupidos/anjos e empurrado ou a ser beijado, por uma criança, com luvas pretas e uma fita vermelha na testa – por sinal, é parecido com o próprio artista... Parece ter vindo de uma sessão de “jogging” ou, simplesmente, a esforçar-se arduamente para que o porco avance mais rápido para a boca de cena. O porco, símbolo da banalidade, é mascote secundada por figuras alegóricas e por gente comum. Esta peça é, talvez, a alegoria da glória da banalidade.

“Stacked” (escultura em madeira policromada) um empilhamento de animais, uns por cima dos outros. Por baixo de todos está um porco/porca escarrapachado, indolente, no *chão*. O porco⁵² suporta, sucessivamente, uma cabra sentada, um cão pequeno de língua de fora e um cão (de pé) ou à procura de equilíbrio ou a cheirar a cabra e, por fim, um pássaro a trinar no dorso deste cão.

“Winter Bears” (escultura em madeira policromada): um casal de ursos brancos, de pé (muito personificados) acenam um adeus, muito bem dispostos. Dão as suas mãos, unidos a um coração vermelho de formas arredondadas e possuindo em seu redor uma auréola arredada. O casal traz à cabeça um chapéu com um laço vermelho. Ela veste uma blusa azul, de gola rectangular rendada, com um lenço grande vermelho e uma saia folhada em tons de azul, amarelo e vermelho. Ele veste apenas uma jaqueta azul com umas flores secas coloridas ao peitilho – como o colar da sua mulher com uma margarida – e tem um lenço vermelho ao pescoço. No *chão*, na base desta escultura espalham-se algumas pétalas e flores. As caras destes ursos, bastante antropomórficas, por não terem a pilosidade verificável nas partes restantes dos seus corpos, provocam em nós a impressão de estarem mascarados com peles de ursos. A verdade é que este tipo de incongruência facilmente constatável em brinquedos vulgares ao serem ampliados para esta escala torna-se monstruoso. Podemos acrescentar a frase seguinte, para abafar esta sensação: “mas, são simples monstros amigáveis”.

“Urso e Polícia” (escultura em madeira): um urso gigante, mais de dois metros de altura, castanho alourado, pousa a pata esquerda sobre o

⁵² Há uma versão escultórica deste porco, isolado.

ombro esquerdo do minúsculo polícia. O urso traça apenas uma t-shirt de bandas horizontais bastante coloridas – a parte mais estridente da escultura contrasta com as cores mais escuras da farda do polícia e com o seu pêlo. Tem um laço amarelo ao pescoço. Descontraído, o polícia segura nas costas o cacetete; tendo a sua mão direita, espalmada, pelo forte abraço do urso, contra o seu próprio estômago. Entretanto, o urso puxa para si, amigavelmente, o apito do polícia. O polícia olha, meio espantado, meio embevecido, para os olhos esbugalhados do inofensivo urso gigante.

“Naked” (escultura de porcelana): um casal de crianças abraçados, lado a lado, nus, observa um *bouquet* de flores. O rapaz deliciado exhibe o *bouquet* à menina, estendendo-lho com a sua mão direita. A menina observa, fascinada, as formas intrigantes do *bouquet*, inclina-se para o ver de mais perto e quer tocá-lo com a sua mão esquerda. As formas do *bouquet* podem ser descritas como uma corola de flores coloridas de cujo centro emerge uma ‘vara’ um pouco murcha. Provavelmente, o objecto de atenção é não tanto a familiar *gestalt* quanto o movimento de descida dessa vara erecta tal qual um falo. No chão estão espalhadas algumas flores maiores e semelhantes às do *bouquet*. Algumas dessas flores ficaram sem algumas pétalas e folhas (violetas e rosas). Por detrás das duas personagens ergue-se do chão um lençol branco – que parece tê-los coberto – repetindo em contraponto o movimento de erecção da ‘vara’ do bouquet. Alegoria da descoberta do corpo e das primeiras explorações sexuais na infância e pré-adolescência, estas situações parecem ser uma matriz explicativa do fascínio ou da curiosidade pela banalidade. No fundo, um prazer na repetição da cena de desocultação de pequenos segredos e transgressões da infância?

A cerâmica “Michael Jackson and Bubbles” (a maior escultura, em tamanho natural, numa técnica de porcelana preferida pelo rococo) troca a cor natural do cantor e a da sua mascote, o macaco sentado no seu regaço, para o branco. Esta escultura foi executada a partir de uma fotografia oferecida pelo cantor. A pele do macaco e a do cantor são semelhantes. Esta imagem escandalosa do cantor negro que troca a sua cor por uma outra da raça poderosa, que afirma por este modo a não exclusividade racial de uma cor, conota a posição de todos aqueles, independentemente das raças, que o condenam por este denigrir a sua própria raça⁵³. Esta imagem apresenta o cantor e o macaco caracterizados com os mesmos olhos pretos rasgados, com a mesma acentuação exagerada dos largos lábios vermelhos e com a mesma cor dourada de

⁵³ Apesar desta leitura estar imanente à obra. Mas, na verdade, sobre este aspecto escandaloso da mudança de cor, Koons recusa ter uma leitura moralizante afirmando que a metamorfose operada por Jackson é um instrumento de comunicação com o seu público. Michael Jackson incorpora a censura e a opressão social da raça negra. Esse acto é polémico, por variadíssimas razões: uma delas, por dissolver, em si, a pertinência dos critérios raciais como dados incontornáveis da identidade de um indivíduo.

cabelo (e da barba do macaco); vestidos com os mesmos fatos, são apresentados como seres-de-porcelana, -- duplos um do outro, ao ponto de quase não sabermos quem é o *alter ego* de quem -- objectos-especiais de uma idolatria que se expressa nas flores douradas que caíram no regaço de Michael e do macaco e em volta do cantor pelo chão (base recortada da escultura). Como se se estivéssemos a assistir a um momento posterior a um espectáculo triunfal no qual o cantor concede uns instantes de 'convívio' com o público. As extravagâncias e obsessões ligadas a um medo de contaminação e envelhecimento são elementos de uma imagem (grotesca) contraditória do cantor já que ele alia a candura a uma inacessibilidade. E é esta imagem pública do cantor que alimenta, exclusivamente, o retrato tridimensional elaborado por Koons. Uma imagem pública que não é alterada radicalmente como a de Marilyn em algumas séries respectivas de Andy Warhol. A dimensão volumétrica de uma imagem produz uma espécie de figura de cera, um simulacro. Mesmo as dimensões naturais da figura produzem em nós esta sensação contraditória de intimidade, que facilita a identificação com a figura, e, em simultâneo, de decepção na medida em que ela está muda.

O uso de uma escala ligeiramente superior à humana em brinquedos e outras personagens de filme animado gera uma sensação desconfortável quanto à nossa própria escala visto que, proporcionalmente, ter-nos-íamos passado, sem nos darmos conta, para uma dimensão liliputiana. A exploração desta *distorção* ou alucinação na nossa consciência quanto à nossa escala é bem ilustrada na relação entre o urso e o polícia na peça "Bear and Policeman" como, a da cópula entre um animal fictício e uma mulher, na peça seguinte.

"Pink Panther" (escultura em porcelana) tem duas vistas possíveis como "Buster Keaton" sobre o seu pequeníssimo pônei. As duas vistas possíveis do objecto escultórico são contraditórias entre si, opõem-se entre si. Uma desmente o que a outra mostra. Há um jogo semelhante ao que sucede na linguagem entre o dito e não dito, o dito e o desmentido. Uma sugestão de masturbação, para o caso de Buster Keaton ser visto frontalmente. Uma sugestão de coito entre uma mulher loura e a pantera cor-de-rosa, quando estamos diante da face da pantera. A cena é muito estranha. A mulher está com a parte superior do corpo despida; está vestida com uma saia muito justa, travada e parece-nos ser uma mini-saia. Tem os brincos e a pulseira douradas postas. Está maquilhada, e tem no cabelo um laço cor-de-rosa. Quando estamos de frente para a cara da mulher vemos que ela desvia o olhar da cara da pantera. Ela segura-a, como se fosse um simples e leve boneco de peluche, com a mão esquerda enquanto tapa o seio com a mão direita. Ela vira a cara como se fosse chamada por alguém, como se respondesse ao chamamento de alguém. Responde sorrindo, como se estivesse alegre e ao mesmo tempo

embaraçada pela situação em que está (despida) a fazer o quê? com este animal ou brinquedo. A 'mão' da pantera procura, em vão, apalpar-lhe o sexo. Da situação comprometedora, as provas só são apresentadas explicitamente pela pantera. A supressão dos membros inferiores em ambos os protagonistas de "Pink Panther" contribui para essa representação da cópula, para uma sensação de adequação dos dois corpos, humano e animal, ao evitar que a diferença dos membros quanto à sua forma e sua proporção relativa viessem perturbar esta leitura erótica. Os olhos da pantera, a sua expressão ambígua, de êxtase ou de frustração, parecem ser outros indícios em suporte da nossa leitura.

"Buster Keaton" (escultura em madeira): Buster Keaton vem montado sobre um pequeno pônei castanho e branco – na cabeça e nas extremidades das patas. Ele está quase de pé, com os pés assentes no chão. Veste um fato, cujo casaco é muito comprido. Por baixo, traz um colete às riscas verticais amarelo e vermelho sobre uma camisa branca mais um grande laço vermelho para completar a toilette. Ele parece ter visto alguém por causa da continência feita com a mão esquerda ou está a tentar ver algo distante que não vê muito bem – talvez uma miragem? Keaton traz, ainda, sobre o seu ombro direito um passarinho cantante e, talvez, seja a canção que intriga Keaton e o leve a mostrar curiosidade por algo que não está à vista dele nem da nossa. Mas a ambiguidade não termina aqui. De frente, o hieratismo ridículo de Buster Keaton, em relação com a forma do freio do pônei na sua mão direita, parece ter associações com a masturbação.

"Popples" (escultura em porcelana): uma peça de dimensões mais modestas que representa um cão (?) branco, de peluche, de pé e com os dois braços abertos, parecendo acompanhar o ritmo de uma canção de um passarinho apoiado sobre uma bola colorida em azul e amarelo – de lá -- aos seus pés. As suas patas são dois corações rosa. No seu peito ostenta uma forma azul -- entre a oval e um coração simplificado -- cuja cor se repete no focinho, nos olhos e na orelha esquerda, descaída. A sua cabeleira é um amarelo puro e, do lado esquerdo, ergue-se, frouxa, a sua orelha cor de rosa. O seu olhar é, apesar da diversão musical, um pouco melancólico e ridículo se acrescentarmos, à sensação de desproporção do seu corpo, duas bolas de palhadaço que lhe ladeiam o focinho. Há uma concentração nos pormenores mais anedóticos e estereotipados que conferem um tom cómico e repelente a estas esculturas.

"Serpents" (escultura em porcelana): representam duas serpentes, uma maior do que a outra, ondulando os seus corpos tubulares, lado a lado, com as respectivas cabeças erectas. Os seus corpos reproduzem fielmente as dobras e as costuras feitas com os sacos de plástico ou pano

de enchidos (?) tendo estampadas as palavras “agri-doce”.⁵⁴ Entre o “agri” e o “doce” do logotipo reproduzido está uma estilização de uma cabeça oval, com um único e grande olho e uma linha que desenha um sorriso largo e, que estará, muito provavelmente, na origem destas serpentes. As suas cabeças com dois olhos, dois globos amarelos, com duas pupilas negras que se atraem e encimadas por uns tufo de cabelos da mesma cor que os das terminações das suas caudas. A cobra mais pequena tem uns tufo vermelhos enquanto a outra os tem amarelos. A boca não está marcada. Só constam as marcas das costuras e dobras as quais lhe dá um carácter de brinquedo e um certo animismo. Por baixo das suas cabeças, as duas serpentes, ostentam um enorme laço verde.

“Amore” (porcelana) é uma boneca mascarada com a pele de um urso amarelo – um urso de peluche. Está sentada sobre um pedestal de cerâmica branca trabalhado em volutas e motivos vagamente vegetais e cujas saliências são pintadas a dourado. Em seu redor, no chão distribuem-se: uma violeta; um amor perfeito; um coração almofadado vermelho. Dificilmente descritível pela profusão incontável de pormenores e enfeites sublinhamos: na mão direita, um emblema em forma de coração com a inscrição escrita dos pronomes “I” e “You”; um desenho de um coração vermelho entre os dois pronomes mencionados; um babete rendilhado ao pescoço com a inscrição a vermelho “amore” que oculta parcialmente um coração volumoso do lado esquerdo do tronco da boneca; na mão esquerda, um frasco de compota caseira; em cada uma das duas patas inferiores um grande laçarote verde; umas cuecas de criança com motivos de balões e flores.

A sua cara é a de uma boneca vulgar, um pouco bonacheirona, com um nariz pouco saliente e aureolado de rosa sujo; uma boca de bebé sem dentes e, de cada lado da bochecha, um furo como se fossem duas bexigas; finalmente, a descoberto, algumas madeixas de cabelo amarelo sobre o alto da testa.

“Woman in Tub” (porcelana): uma mulher está numa banheira com espuma. A boiar está um chapéu cónico festivo. Está erecto um daqueles dispositivos infantis de mergulho banhar. Os cabelos desta mulher são pretos como a mulher da peça de “Fait D’Hiver”. A sua boca aberta, mostra-a assustada. As suas mãos crispam-se sobre os seus seios. Ela parece ter detectado alguém sob a água, sob si. O único indício que temos da presença do intruso é o respirador de um mergulhador. São estes os únicos indícios, ao nível da sua expressão facial, de uma situação embaraçosa senão terrível visto que a sua cabeça foi suprimida por um corte horizontal ao nível dos seus ombros. Este corte mostra um plano

⁵⁴ Não lhe terá escapado a contradição agri e doce numa óbvia ilustração de indiferenciação dos gostos assim como não lhe escapou a relação da forma das cabeças das serpentes com as formas da cabeça estilizada entre o agri e doce.

branco da porcelana como se este corte funcionasse para chamar a atenção para a qualidade material da imagem, cortando a sensação de ilusão, e simultaneamente para tornar a boca não uma boca mas um buraco, o sexo(?) cerceado do vermelho do *batôn*.

"Fait D'Hiver" (porcelana) um trocadilho de "*fait-divers*". Cicciolina⁵⁵, uma mulher de cabeleira negra brilhante; pinguins; um porco agrinaldado transportando ao pescoço um barril de vinho vem cheirar a mulher representada em fragmento e um outro fragmento de uma mão aberta, repousada e submissa. Os óculos desta mulher em vez de terem a representação de lentes tem uns ovos estrelados (numa relação com a fertilidade e a identidade entre ovo, olho, fecundação) numa alusão semi-surrealizante (a Dalí?) os quais atraem o cheiro do porco. O porco, nesta peça, pode ser um auto-retrato do artista, se pensarmos não apenas no que já foi dito, anteriormente, a propósito dos posters de Koons mas também no facto do artista, por esta altura, se ter encontrado pessoalmente com Cicciolina após a ter descoberto numa revista de grande tiragem. Esta peça antecipa o *fait-divers* a que está associado *Made in Heaven*.

Uma série de metáforas da intimidade e caprichos eróticos misturam animais e pessoas como se os mundos tivessem ficado desprovidos de qualquer categorização, separação e autonomia; de repente, os seres misturam-se na trama do mundo real como se se tratasse de um híbrido conto de fadas.

Os espelhos "Christ and the Lamb", "Vase of Flowers" e "Little girl" são peças que funcionam enquanto espelhos e enquanto representações. Os títulos reportam-se ao que é representado nestes espelhos.

O mais barroco é o "Christ and the Lamb", somente comparável estilística e formalmente ao "Wishing Well"; a área do espelho corresponde à silhueta de uma figura meio humana meio animal. A moldura dourada, de formato irregular, tem uma superfície feita de complexas contorsões, cornucópias e motivos vegetais. A percepção ambígua das peças de "Buster Keaton" e "Pink Panther" é, nestas últimas peças, traduzidas por um jogo de encaixes de umas figuras recortadas dentro de outras – sejam os exemplos do Cristo ou da pequena rapariga com o seu urso de peluche e do portentoso vaso de flores mais lineares. As representações ou incrustações sobre os espelhos e molduras douradas de "Christ" e "Wishing" funcionam mais como meios de *obliteração* e de *fragmentação* das coisas reflectidas do que propriamente enquanto instrumento de reflexão neutral. O espectador que se reflectir num desses espelhos, enquanto estiver diante dele, é uma forma que se inclui no interior de outras formas. Eles reflectem apenas certas partes e nunca a integridade

⁵⁵ Referindo a esta escultura Koons afirma: "This was the first time I used Ilona for my work." Angelica Muthesius (ed) *Jeff Koons* Taschen, 1992.

inviolável das coisas do mundo. São peças que por serem espelhos alteram totalmente a percepção do espaço e das paredes. As zonas recortadas de espelho tanto em "Christ and the Lamb" como em "Wishing Well", em contraste com a superfície dourada e extraordinariamente decorada, criam espaços virtuais que se projectam para além das paredes. O trabalho escultórico destas molduras conferindo-lhes a qualidade de objectos de parede fá-las também assemelharem-se a nichos ou relicários não de uma imagem mas de uma realidade fugaz, impermanente -- o símbolo do vazio.

Os espelhos estão próximos das qualidades reflectoras do aço e da porcelana; todos eles acentuam a contradição entre a materialização e a desmaterialização, entre a solidez de um objecto concreto e a falsa fluidez conferida pelos seus brilhos. Ambos os materiais podem ser símbolos de vaidade e da idolatria humanas projectadas sobre os objectos e, ao mesmo tempo, funcionarem como écrans da fugacidade das existências dos seus possuidores. A qualidade durável destes objectos -- própria de um monumento para ultrapassar a morte -- associada às suas qualidades irradiantes apoia esta leitura. Em "The New" os objectos eram expostos e era encenada a sua iluminação. Eram protagonistas de um teatro. Mas, a partir de "Equilibrium" a iluminação dos objectos parece ter-se incorporado nos próprios objectos. Eles fazem-se notar em qualquer ambiente. Desde que haja luz eles manifestam-se e impõem-se. Engoliram a sua aura. A luz deixou de ser um elemento acessório e circunstancial. De algum modo pertence ao objecto essa qualidade de recepção e devolução das luzes ambiente. A incorporação do espelhados produz uma sensação de desaparecimento ou efemeridade do objecto pois que ele é transformado em écran de distorção. No entanto, pelo apelo ao toque (frio) leva-nos a sentir a sua solidez e permanência. Há, desde "Luxury and Degradation" a "Banality", esta tensão entre uma excessiva visualidade e uma tactibilidade céptica da materialidade do objecto.

"Made in Heaven" (1991)

"nada de mais público do que o acto sexual" (E. Cioran)

"Love is a crowded theater" (Camille Paglia)

"Si l'on pouvait voir faire l'amour, comme on regard manger et boire, la face du monde en serait changée" (Paul Nougé, 1941)

"Sex has now become a public preacher and its discourse is a call to battle: it makes pleasure a duty. A puritanism in reverse. Industry turns eroticism into a business; politics turns it into a opinion." (Octavio Paz)

Adequa-se absolutamente o dito oriental sobre o poder da imagem --
"uma imagem vale mais do que mil palavras".

Esta exposição constituída por imagens de sexo explícito do casal radicaliza a erotização implícita dos objectos em anteriores exposições. A explicitação visual do sexual atinge também os animais e as flores invadidas por pássaros de longos bicos. Todavia, é importante salientarmos que, a par da exploração exaustiva do sexo, esta exposição, também atesta a sofisticação na manipulação das imagens apropriadas. O jogo das escalas, dos materiais, das qualidades psicofísicas dos materiais, – objectos atraentes e irradiantes e outros, repelentes e ternos. Essa capacidade de manipular a materialidade da imagem como um valor acrescentado à banalidade ou poder de choque das imagens apropriadas gera no observador uma sensação de desconcerto, comicidade ou de nojo.

“Made in Heaven” consuma uma experiência privada que é pre-determinada como pública. Voyeurismo e exibicionismo conjugam-se para publicitar espectacularmente o privado; e, fazê-lo à custa, por *decalque*, de imagens pre-existentes e públicas de Cicciolina. Sob o signo da pornografia, o corpo da porno-star é, absolutamente, público. É a pornografia que resume a natureza do mundo contemporâneo. Esta tendência à pornografização ou transparência é assinalada por Baudrillard como advento da obscenidade ou de uma zona de indistinção do trans-político ou trans-estético, de indiferença entre o público e o privado, entre o estético e o político, entre o verdadeiro e o falso, entre interior e exterior, entre corpo e lugar, entre corpo biológico e corpo político, de necessidade e desejo, do escravo e do livre.

O aspecto escandaloso desta jogada é o do seu sucesso comercial e crítico. O que terá incentivado, alguns, a recolocar a questão do enfraquecimento dos critérios das instituições da arte contemporânea. O seu sucesso trouxe (tal como acontece no reconhecimento da culpa) o apelo universal à dissuasão, à cumplicidade de cada um em relação aos outros que obstrói o julgamento.

Na distinção, quanto ao género, entre «o que é pornográfico» e «o que não é pornográfico» estão incluídos factores culturais, morais, políticos e histórico-sociais. A categoria pornografia, historicamente moderna nas nossas sociedades, para dar conta dos fenómenos de obscenidade, é um autêntico campo de batalha cultural⁵⁶. Na estetização da pornografia existe uma cobertura da violência sob a bandeira da beleza? Sabemos que a pornografia é uma representação e uma arma de violência contra as

⁵⁶ Remetemos o leitor para a compilação de casos e escândalos relacionados com a sexualidade e Sida, com controvérsias entre arte pública e público da arte que envolvem artistas contemporâneos em polémicas com as propostas neoconservadoras contra as formas de subsidio estatal dos artistas americanos: Richard Bolton (ed.) *Culture Wars – Documents from the Recent Controversies in the Arts*, 1992. Sobre a pornografia relacionada com a emergência da Modernidade – a história do conceito, dos significados políticos e sociais, das atitudes face ao fenómeno do obsceno – referimos Lynn Hunt (ed.) *The Invention Of Pornography: Obscenity and the Origins of Modernity, 1500-1800*. New York, Zone Books, 1993.

mulheres, as quais são, em geral, banidas da distribuição pública⁵⁷. É tanto uma arma de violência quanto a propaganda. A pornografia projecta imagens fetichistas confinadas teoricamente à esfera privada da sexualidade; a propaganda projecta imagens totémicas ou idólatras dirigidas, preferencialmente, à esfera pública específica. A primeira explora a excitação e as reacções pessoais dos consumidores a que se destina enquanto a propaganda incita a mobilização. Contudo, o que é que acontece se propaganda e pornografia se juntam? Jeff Koons respondeu com "Made in Heaven". Nas nossas sociedades contemporâneas, a o estatuto e a fronteira entre as imagens é difícil de ser estabelecida; basta ver que a violação ou os confrontos físicos entre forças policiais e manifestantes constituem, ambos, excedentes de uma economia da violência codificada nas imagens privadas e públicas. Assim, na prática, verificamos casos em que pornografia e propaganda não ficam confinadas nas suas supostas áreas, privado e público, respectivamente.

Esta série *incorpora* as estratégias publicitárias que, até este momento, poder-se-iam ver como uma face *adjacente*, senão até secundária, ao plano da obra e da sua "contemplação". "Made in Heaven" parece ser a realização pessoal, desejada, de uma *média*-arte -- global e transcultural e transnacional. Vem confirmar "Banality". O *leit-motiv* é a recuperação para a arte do poder comunicativo que a arte vem perdendo em favor do dos *media* e da indústria do entretenimento desde há trinta anos. Mas, o que significa uma arte que convoca para si a vertente auto-publicitária? O alibi político de um projecto pessoal para alcançar a riqueza e *status quo* que colocaria a arte como o campo privilegiado de investimento da dominação e não da emancipação? A auto-publicidade (do artista e da obra) *como* arte, sugerindo, deste modo, a absorção da publicidade e das estratégias respectivas pela arte, será menos do que a homenagem ao poder libertador da arte -- contra o medusamento dos *mass media*?

A escolha da mediática Cicciolina, ex-artista porno e deputada do Partido Radical Italiano, significa que essa figura transpolítica -- a apropriação do seu capital *acumulado* de irrisão do político nas fileiras do Partido Radical -- suportaria a passagem de Jeff Koons para o domínio público exterior ao círculo artístico⁵⁸. É ela quem viria a ser o suporte desta operação publicitária de ambos e a operadora da transmutação de Koons para celebridade. Qual o proveito, se não o puramente mediático, em Koons absorver o discurso e o vocabulário de Cicciolina e mostrar como a

⁵⁷ Os filmes de Cronenberg são uma boa ilustração: *VideoDrome* (Experiência Alucinante) e, o seu mais recente, *Crash*.

⁵⁸ O envolvimento de Jeff Koons com Cicciolina assemelha-se-nos à conferência de Imprensa, mais sofisticada e *sem fim*, dirigida a partir da *suite real* de um grande Hotel multi-nacional. Ressurreição da famosa conferência de imprensa de John Lennon e Yoko Ono? São duas fases já que há uma narrativa: 1) visita e apresentação da notícia aos consumidores-amadores; 2) cópula e trabalho de prazer; 3) divórcio e concepção não registada, a não ser como crónica social deste caso.

absorção feita implica uma negociação, um pacto? Proveito do artista-visitante e mensageiro da «boa nova», aquele que aceita *posar*, ser objecto de desejo, tal como Cicciolina. Nessa troca, Koons opera uma coincidência de papéis; ele é o artista e é o seu próprio modelo. Enquanto modelo, tanto como o seu modelo feminino, deixa de poder ser o *voyeur*, essa função cabe, por inteiro, ao espectador destas imagens. Foi preciso aceitar as consequências da mercantilização do corpo. Para essa tarefa, foi preciso transformar o seu corpo num medium de massas como o fez Cicciolina. O protagonismo mediático de Cicciolina tornou-a no *revival*, num símbolo paródico da liberdade erótica de 1968, dos ideais da Festa e da Revolução. Ela é, por isso, um dos símbolos da confiscação da liberdade erótica e da 'saúde' do sistema político pelos poderes do dinheiro e da publicidade. Ela é uma espécie de *revival* da prostituta libertina e da revolucionária justapostas na sua pessoa. Fazendo a conexão entre o lucro ou comércio, prostituição (dos corpos) e pornografia (das imagens dos corpos), ela manifesta, hilariante, o falhanço da liberdade sexual – em ser o factor de supressão do comércio dos corpos e das imagens.

O capital, na sociedade democrática capitalista, ao ter colonizado a vida erótica com as suas leis do mercado e da produção em massa teve como resultado o incremento dos negócios. Mais transformou o erótico num objecto de direito e de investimento da luta política. Substituiu a paixão, por um reconhecimento jurídico-social de uma moral erótica livre assente na igualdade de direitos e no respeito de uma condição biológica e social. Portanto, não podemos deixar de ver Cicciolina como uma paródia à mistura de amor, sexo e política. Contribuem para esta impressão global os seus adereços que aludem ao mundo da infância, ao mundo vegetal para conotar a ingenuidade da relação (pretensamente) mais natural e erótica do seu corpo com a natureza e o mundo animal.

A imagem que Cicciolina nos devolve é a de uma caricatura. O seu corpo é um texto construído de tiques, pantomimas, esgares. O slogan feminista "burn your bra" aclamado nos anos sessenta, é reduzido por Cicciolina a mero *strip-tease*. Sacerdotisa do amor e deputada do Partido do amor, ela é a cortesã mediática que encarna a indiferença e vingança populares ao sistema político. Ela ridiculariza a sede fundamental do regime democrático (o Parlamento) com a arma que melhor maneja; a da disponibilidade absoluta do seu corpo a ser moeda de troca. Não abdicando do princípio da mercantilização do seu corpo e sexo, ao arvorar-se, publicamente, em *mediadora* de conflitos políticos internacionais – *mediante* a prestação dos seus serviços sexuais – ela vem ridicularizar a seriedade de quaisquer argumentos políticos. Exemplo: quando oferece o seu corpo para prazer de Saddam Hussain em plena Guerra do Golfo, de forma a demovê-lo das intenções belicistas. A sua disponibilidade para ser objecto, caricaturando as longas e vãs negociações diplomáticas, opera,

perversamente, uma redução mais radical. A diplomacia, na sua tarefa de *mediação* de conflitos de relações internacionais, parece ser retratada como um frustrante “intercourse” – quando comparada com a versatilidade e simplicidade do ‘vocabulário’ de Cicciolina. Por isso, Koons é tão entusiasta:

“To me, Cicciolina is the Eternal Virgin. She’s been able to remove guilt and shame from her life, and because of this she is a great liberator.”⁵⁹

Através da astúcia dela os instrumentos do poder, que se tornaram instrumentos de ascensão da mulher no “mundo-do-homem”, são literalmente destruídos ou parodiados; ou seja, estes já não servem para nada, não tem fim, nem tem sentido. São destruídos e transformados em servidores do narcisismo.

A pornografia tem um funcionamento curioso: não elogia o activismo nem faz o elogio da violência, não faz o elogio do casamento mas não faz o elogio do adultério. Um dos atractivos da pornografia deveu-se sempre ao facto de constituir uma contrapartida às restrições e proibições constituintes dos códigos sociais, e de gozar do fascínio da transgressão. Todavia, a pornografia, nos nossos dias, está generalizada. Tudo foi já libertado. O que Koons faz, afinal, é continuar a utilização do corpo (des-sacralizado), enquanto instrumento de propaganda e publicidade, e, nesta reduplicação, apresentar os “prazeres” individuais como mola da indústria, da economia de consumo e da arte. “Made in Heaven” constitui uma homenagem à pornografia como forma libertadora, mesmo contra a vontade expressa do artista:

“I’m not involved with pornography. It really has no interest for me. I am interested in love (...) in reunion (...) in the spiritual, to be able to show to people that they can have impact and achieve their desires.”⁶⁰

A luta moral que ele reporta nas entrevistas – *“noites sem dormir, ultrapassar a culpa; ultrapassar todos os escrúpulos morais...”* – dramatizando a luta da sua consciência, entre a repressão e o desejo (libido), só é compreensível no quadro de uma estratégia de *marketing* que, ao ressuscitar para a pornografia o valor de transgressão perdido, simultaneamente, a culpabiliza e desculpabiliza⁶¹. É que a pornografia,

⁵⁹ Jeff Koons in *Jeff Koon*. S. Francisco Museum of Modern Art, 1992.

⁶⁰ Jeff Koons in *op. cit.*

⁶¹ É interessante constatar que a censura das reproduções de “Made in Heaven” em alguns livros da edição da Tashen – Angelika Muthesius (ed.) *Jeff Koons*, 1992 – segue a mesma lógica dupla. Numa colectânea de imagens eróticas, as mesmas imagens de Koons não são censuradas.

ligando maquinalmente as figuras do desejo, liberta e reprime com a imagem. Nela, a realidade torna-se um simulacro referencial.

As imagens de prazer ostensivo em "Made in Heaven" são signos publicitários dos corpos dos seus autores. Algumas delas são um *pastiche* das imagens mais banalizadas de Cicciolina. Koons visita enquanto personagem o seu mundo imagético.

Não é a comercialização dos registos de um acto íntimo e privado, a 'lição' que, destas imagens, devemos reter -- apesar de intuirmos, no autor, um fascínio pelo poder do sexo e do erotismo. É, sobretudo, a de "Made in Heaven" ser uma produção em estúdio de uma situação de intimidade simulada, de uma *performance* real exercitada de imagens existentes (*remake*) de Cicciolina. O efeito de surpresa provém do artista se expor ao cómico de uma situação de realização pública das suas fantasias e frivolidades mimando o estilo "Cicciolina". Desde "Banality" que a degradação da "pessoa" se processa baseada na reversibilidade de sujeito e objecto. "Made in Heaven" consome esta *estratégia fatal* de desaparecimento do sujeito em puro objecto por meio de um "cerimonial". É produto dessa pulsão irónica, referida por Baudrillard em "Estratégias Fatais", que se define como desejo de espectáculo; como desejo do signo e da sua irrisão em vez do acontecimento real e das próprias coisas.

Não há mais o prestígio mágico da transgressão sob o capital. As imagens de sexo são a realização terrena da promessa do Paraíso; não há mais nem bem nem mal. "Made in Heaven" é o retrato e a publicidade deste enfraquecimento moral. É a paródia do amor (indissociável da ideia de pessoa) e do sexo, tornando-os, a ambos, em cerimónias iniciáticas da promiscuidade reinante. A aventura erótica em "Made in Heaven" une e funde os dois extremos da relação humana: o amor e a política; a relação pública e a privada, a alcova e a praça, o grupo e o casal.

O explorar-se a si próprio (fazendo como o próprio capitalista que explora o proletário que há em si) como o explorar-se os outros (o proletário) assume, nesta série, todo o seu sentido profundo. Explorar os outros quanto a si próprio é sujeitar-se a ser nos mínimos aspectos e facetas um valor de troca, converter-se em objecto, em energia, em traço, em marca. É um pacto perverso no seu moralismo.

Os dois, Koons & Cicciolina, são os empresários do prazer. O mestre de ambos, é o público. Tal como a Benetton, com o seu belo anúncio (1996) de dois cavalos copulando, eles fazem da cópula uma metáfora da "sociedade transparente".

Pornografia⁶², publicidade e *media* como única forma artística. As diversas manifestações misturam *ready-made* e *re-make*. Seduzindo os

⁶² "Pornografia" ou "erotização", já que estamos a pensar na oposição entre o "erótico" e "erógeno", estabelecida por Baudrillard em "Para uma Crítica da Economia política do Signo", e não entre "pomográfico" e "erótico". O erótico fica do lado do pomográfico.

mass-media, esta série manifesta ser mais do que a apropriação (alterada ou literal) da identidade das imagens pornográficas já existentes de Cicciolina⁶³; ela é, ainda, a *mostração* da auto-reflexividade constitutiva da obra deste artista. “Made in Heaven” pode ser entendida como a *auto-monumentalização* da história e da obra de Koons. Monumentaliza, embora pela derrisão, a *real* vida do casal. Derrisão, também, porque a simples apropriação da imagem de Cicciolina impôs a vinda ou «arrastamento» do próprio referente à vida de Koons; ou seja, noutra perspectiva, Cicciolina é *mais uma vez* uma simples imagem sem original (um simulacro, na acepção platónica).

Vejamos: a imagem pública de Ilona Staller – imagem-disfarce (Cicciolina), a qual poderia resguardar uma interioridade (Ilona) – foi, para Koons, o motor da sua paixão e desejo de *desposamento*. A reciclagem proporcionada, por esta série, não devolveu Ilona a Cicciolina. Nem sequer lhe valeu o estatuto adquirido de musa-desposada e de mãe. Esta série trouxe, isso sim, a sua metamorfose absoluta: a sua imagem, enquanto Cicciolina, foi o próprio cenotáfio⁶⁴ de Ilona Staller. Doravante, a sua imagem foi um destino e um castigo.

O escândalo mediático eclodiu em meados de 1990. Antes um ano pela ocasião da exposição “Image World” do Museu Whitney, Koons destina, para o muro exterior da Broadway, um poster publicitário de um filme, “Made in Heaven”, protagonizado por ele e Cicciolina. Os dois representam-se deitados sobre uma simulação de um rochedo, dourado, e em recorte sobre uma pintura cenográfica com vagas sugestões de nuvens e de espuma de ondas de água. Aparentemente, os dois amantes são surpreendidos. Desse leito, Cicciolina pende a sua cabeça, com a recorrente teara de flores e os seus cabelos louros. De olhos fechados, lábios entreabertos, delineados em baton vermelho, Cicciolina abandona-se ao prazer ou ao seu torpor. Ela está vestida de branco: sapatos brancos de tacão alto, meias de rede com ligas arrendadas, um *body-soutien* arrendado com alguns folhos e umas meias-mangas que funcionam como luvas. Koons está nu e descalço; de olhar fixo, vigia o espectador. Ele tem

Uma outra definição de Nagisa Oshima: “La pornographie ne réside-t-elle pas dans le fait de montrer ce qui – bien que l’homme brûle de le voir – reste cachée? Je viens de dire «montrer» ce qui est cachée, mais en vérité, ne fait-on pas simplement semblant de «montrer»? L’essentiel de la pornographie réside peut-être dans le fait de donner à penser que l’on montre, de suggérer quelque chose cachée.” (*Féminimasculin – Le Sexe de l’Art*. Paris, Centre Georges Pompidou, 1995)

⁶³ Parte das imagens desta exposição são incrivelmente semelhantes com as do catálogo retrospectivo de Cicciolina saído no mercado logo após o seu enlace matrimonial com o artista americano no qual, outra curiosidade, se apresentava não somente como a musa de Koons mas, através dele, *finalmente* como uma obra de arte. As imagens deste catálogo diferem, das *remakes* de Koons, no aspecto em que o parceiro masculino não é Jeff Koons. A lei pornográfica da intercambialidade dos corpos foi cumprida por ambos.

⁶⁴ Cenotáfio (Do grego *Kenotáphion*, pelo lat. *cenotaphiu*): monumento fúnebre erigido à memória de alguém, mas que não lhe encerra o corpo. *Kenós* (grego), elemento comparativo: ‘vazio’, ‘vácuo’. *Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa* (2ª Edição). Rio de Janeiro Editora Nova Fronteira (1986)

o braço direito sob o tronco de Cicciolina – para lhe salientar o peito – e mantém-se ligeiramente inclinado sobre ela. A publicidade antecedeu “Made in Heaven” -- cujas obras seriam *stills* desse filme projectado mas não realizado. A notícia da rodagem do filme teria sido suficiente para se perceber que o filme se efectuava *no* real, indistinguível do real?

O escândalo mediático foi preparado, isto é antecipado pela produção desta (primeira fase da) nova série de obras “Made in Heaven” destinadas para a Bienal de Veneza, Aperto-1990. Estas obras foram produzidas para serem *acomodadas* e reproduzidas pelos *mass-media*. Acompanharam o happening e as sucessivas promoções mediáticas e mundanas da relação amorosa nos *mass media*. Destinadas a reverterem a “energia” mediática neles criada, pelo *fait-divers* do enamoramento e noivado entre o artista e Cicciolina, em favor da *transfiguração* do artista e da sua obra.

A primeira fase, obras datadas de 1990, são referências a este poster de 1989. Praticamente, quase todas as pinturas escolhem aquele fundo de ressonâncias ‘cósmicas’; os mesmos adereços e a *genitalia* de Cicciolina, invariavelmente, exposta; aquele rochedo dourado. No rochedo dourado, percebemos a representação da gibóia, -- adereço dos espectáculos de Cicciolina -- que protege o casal. Sobre essa plataforma, eles ensaiam as suas poses eróticas; poses inaugurais de um novo mundo, no qual Koons se exhibe e expõe Cicciolina. Pinturas tais como “Jeff in position of Adam” ou “Ilona with Ass up” são um bom exemplo disso. Há outros *décors* mais realistas como em “Silver Shoes” e outros cenários, mais fantasiosos, espécie fantasia Disney em rosa e azul como “Ilona on top” e “Hand on breast”.

O enquadramento mais frequente, nesta fase, caracteriza-se por ser paralelo ao plano horizontal definido pelo rochedo-leito ou o leito cor de rosa, em primeiro plano, -- às vezes, elevado acima do nível do olhar do espectador, -- paralelo aos dois corpos deitados. Falta referir que a função daqueles dois leitos não é só para estabelecer uma polarização entre os espaços, alto e baixo, mas para marcarem um limite espacial de separação dos corpos expostos do espaço do observador. Eles funcionam como autênticas *prateleiras* de exposição destes corpos.

Nesta primeira fase, Koons e Cicciolina ensaiam poses eróticas em que os seus olhares ora apenas dialogam entre si ora explicitamente com o observador. “Jeff in position of Adam”, “Ilona with ass up” e “Fingers between the legs” mostram os dois protagonistas deitados sobre rochedo e recortados contra o fundo cósmico anteriormente referido nas seguintes acções, respectivamente:

a) Jeff, reclinado, apresenta Cicciolina, deitada para o lado oposto ao de Koons. Ambos, olhos fechados e os rostos de perfil, parecem ter uma

expressão sonhadora. Ela apalpa o seu próprio seio esquerdo nu, de perfil, com a sua mão direita e apalpa com a sua mão esquerda – num plano intermédio ao espaço do observador – a sua nádega esquerda. Koons, pelo contrário, parece baixar os joelhos das pernas de Cicciolina de maneira a que a nádega esquerda deixe ver a outra nádega sobre a qual ele tem a mão;

b) Ilona faz tenção de deitar-se sobre o corpo de Koons. Está de gatas. Koons aproxima-a com a mão esquerda sobre a cintura de Cicciolina. O seu braço esquerdo desde modo interpõe-se entre o corpo de Cicciolina e o observador e, ao mesmo tempo, sublinha a rotundidade das nádegas nuas da sua parceira. Ela olha para o observador e Koons, deitado, pendendo a cabeça para o seu lado esquerdo, dirige o olhar ao observador-visitante;

c) os dois estão deitados para o mesmo lado, as cabeças para a margem direita da imagem. Cicciolina vira a cara na direcção do observador, de olhos fechados e numa expressão de deleite. Soerguendo-se, por detrás do tronco de Cicciolina, Koons levanta-lhe as pernas, flectindo-as pelo joelho, para notar-se a nudez das suas nádegas. O sexo de Cicciolina fica exposto. Ela, abraçada ao pescoço de Koons, pousa os seus longos dedos, – por pudor ou por prazer – sobre o seu sexo.

Porém, em “Silver shoes” é ensaiado um enquadramento diferente daquele habitualmente utilizado nesta série. O leito rochoso a que aludimos está parcialmente visível em “Silver shoes”. Temos um ponto de vista elevado sobre os dois corpos deitados ocupando o centro da imagem. Os dois corpos fazem entre si uma pirâmide visual. O corpo de Cicciolina está perpendicular ao observador; em escorço. O de Koons, cortado pela parte inferior da imagem emerge torcido, em diagonal, inclinando-se sobre ela. Os sapatos dourados de tacão alto de Cicciolina ocultam parte do corpo de Koons. Por detrás deles, recorta-se a cabeça de Koons olhando para o rosto de abandono da sua parceira. As pernas de Cicciolina, com meias de rede brancas, são sustentadas, ao nível dos joelhos, pelo braço direito de Koons que traça uma linha horizontal ao nível do lado direito da cabeça de Cicciolina, pendida para a sua esquerda. As pernas formam uma *mediana* central, vertical, da imagem que se sobrepõe ao canto do estúdio. A *mediana* referida está compreendida entre os sapatos dourados ponteados e o rabo nu de Cicciolina apalpado pela sua mão esquerda com longas unhas vermelhas. O nosso olhar balança entre a percepção da dinâmica de olhares entre o casal, – já que os olhos de Cicciolina estão fechados para o espectador – e o primeiro plano formado pelos tacões dos sapatos, pelas coxas e o sexo de Cicciolina. Por detrás dos seus corpos, são visíveis uma parte de um escadote de madeira; algumas pinturas parciais de corpos despidos (fragmentos das imagens desta série?); azulejos brancos do soalho e uma parte de uma lona branca esticada

sobre uma estrutura metálica -- provavelmente a funcionar como painel reflector dos projectores de luz.

"Ilona on top (rosa background)" e "Hand on Breast" datadas de 1990 possuem o mesmo fundo predominantemente rosa. Desse fundo, uma pintura evocativa e fantasiosa a contrastar com o realismo fotográfico dos corpos, chovem, na nossa direcção e na dos corpos dos dois protagonistas, umas penas brancas. Estas penas parecem ser arrastadas por um vento que abre as duas janelas brancas, de par em par, e parece arrancar as duas cortinas azuis, transparentes, que as ladeiam. Em "Ilona on top" Cicciolina de gatas, com os seus sapatos altos, dourados, avança sobre o corpo de Koons para o beijar. Este não a rejeita mas parece distrair-se com a presença do espectador. Entre eles e o espectador existe uma série de borboletas artificiais, gigantes, parecendo esvoaçar ou estar pousadas sobre o leito conjugal.

"Hand on breast" varia apenas nas posições relativas do casal e por ser em relação à referida "Ilona on Top" uma sua inversão simétrica. Koons soergue-se sobre o tronco de Cicciolina e enfrenta, directamente, o olhar do observador, com a mão esquerda a agarrar o seio direito de Cicciolina. Cicciolina deitada, com o lado direito do seu rosto encostado ao lençol e emoldurado pelo seu cabelo louro, esboça um leve sorriso mirando o observador.

A escultura em madeira policromada exposta na Bienal Veneza Aperto fazia parte da selecção das obras acima descritas. O seu título "Jeff and Ilona" representa, em tamanho natural, Cicciolina com os seus adereços habituais: os sapatos altos dourados; as meias brancas de rede até à coxa com uma tira de folhos a circundar-lhe as coxas; o *body-soutien*, rosa e azul pastel, ainda não despido; as meias-mangas e quase luvas, brancas, arrendadas: a teara de flores; o rochedo a servir de leito conjugal e a gibóia que emoldura o rochedo. Sobre o rochedo, flores espalhadas em torno dos amantes, Koons avança nu sobre o corpo de Cicciolina, inundado de prazer. Esta, de olhos fechados e boca entreaberta, com a cabeça pendendo do rebordo do rochedo, impede, com a mão esquerda, que a teara de flores caia da sua cabeça; com a outra mão, encosta-a à sua própria cara.

A escolha da forma pornográfica, na segunda fase de "Made in Heaven", após a Bienal de Veneza, é interessante por duas razões completamente distintas. A saber: 1ª) usa a forma pornográfica para dar uma representação, pouco comum, das núpcias; 2ª) decorrendo da anterior prende-se com a natureza polémica e ambígua da pornografia, aqui a funcionar como *mediadora* de uma experiência ortodoxa levada a cabo na intimidade nessa zona de invisibilidade, fora de cena, por definição. Na pornografia existem dois níveis em estado constante de desabamento de

um sobre o outro: 1) um nível da representação e 2) um outro nível da experiência vivida.

A segunda fase desta série de obras surge após o casamento com Cicciolina. As cenas de sexo explícito – fotografias que, re-encenando o repertório imagético de Cicciolina, são impressas a tinta de óleo sobre tela⁶⁵ – convivem com as flores *à la Walt Disney*, com os querubins em cerâmica e madeira policromada⁶⁶ e umas grandes borboletas artificiais; com os cães domésticos (hieráticos ou informais, salivando) em madeira policromada; com as esculturas em escala 1/1 do casal no acto sexual em madeira policromada e em plástico⁶⁷ e com as minúsculas esculturas em vidro de Veneza multicolor⁶⁸ constituindo uma espécie de *catálogo tridimensional* actualizado do “Kama-Sutra” (edição revista mas não ampliada). Por fim, os dois mármores brancos⁶⁹: 1) os bustos do casal (beijando-se); um busto do artista de olhos fechados numa pose um pouco petulante.

A pornografia é *transferida* para a Pintura, re-apresentada como pinturas a óleo. O que se representa nas imagens é a *transfiguração* do artista em parceiro de trabalho de Cicciolina. De facto, o que o Koons faz é *servir-se* do seu próprio corpo como se se tratasse de um ‘material’ que vem *substituir* a figura masculina, o parceiro sexual que aparece nas fotografias de Cicciolina. A operação é formalmente semelhante à que se verificou em “Luxury and Degradation”, em “Kiepenkerl” ou em “Equilibrium” com a diferença de ele, desta vez, poder implicar-se *figurativamente* na re-encenação re-apresentativa da imagética de Cicciolina. Se em “The New” vimo-lo inscrever-se como um objecto de consumo (“The New Koons”), como um valor-signo, através da enunciação linguística, então “Made in Heaven” o artista não só *efectiva* o que já aí propunha como até expõe a exemplificação da forma da sua transfiguração mediática – forma, essa, que se viu operante nos anúncios da “Nike” em “Equilibrium”. Bastou a Koons ter a iniciativa de *carimbar* o nome “Koons” sobre a *prestação* de Cicciolina para se transfigurar. Tanto em “The New” quanto agora em “Made in Heaven” trata-se da infinidade do desejo, a de ver o objecto. E esse desejo é-o também de conservação – “conservação que apenas se faz ao converter a coisa em sinal ou substituído pelo seu arquivo”⁷⁰ -- da posse do objecto. Posse de um objecto (de desejo) sexual sempre idealmente disponível (ser pornográfico).

Obviamente que para levar a cabo esta tarefa teve de ter o consentimento e a colaboração do fotógrafo ‘oficial’ de Cicciolina: Riccardo

⁶⁵ Estas peças são produzidas nos arredores de Paris.

⁶⁶ Produção em Oberammergau (Alemanha) e em Ortisei (Itália).

⁶⁷ Escultura produzida em Mannheim (Alemanha).

⁶⁸ Produção em Murano (Veneza).

⁶⁹ Ambos produzidos em Pietrasanta.

⁷⁰ Lyotard; *Inumano*: 148.

Schicchi. Ricardo é o terceiro, para além de nós, que constitui em espectáculo a *performance* sexual de Koons & Cicciolina. Os registos mostrando a *performance* erótica entre os dois pode levar-nos a acreditar apressadamente no nosso papel de intrusos quando o que verdadeiramente se passa é que estes momentos de pretensa intimidade são *mediados* mecanicamente e pelo fotógrafo destes eventos. Assim, Ricardo é o *voyeur* oculto, não explícito na imagem. A sua ausência funciona como intensificadora do grau de realismo da cena e de autenticidade do acontecimento. Devido a este regime, os parceiros, conscientes da sua actuação para a câmara, tornam-se em simultâneo os seus próprios *mediadores* e os *mediadores* para os observadores destas imagens.

O carácter de *reportagem fotográfica* de um acontecimento real – como o que estamos a considerar – e a *montagem desse acontecimento* para a realização da reportagem, não se resolve aqui numa oscilação ou vai-e-vem entre realidade e irreabilidade, ausente e presente mas no de uma total dissolução dos referidos termos. Não vem somente a composição da imagem indicar-nos a existência nela de uma *triagem perceptiva* é, também, a coreografia sexual e dos olhares dos parceiros entre si e em cumplicidade consciente com o observador-*voyeur*, que nos permite pensar na existência de uma composição, prévia, do próprio acontecimento. Logo, seriam dois tipos de composições imbrincadas uma na outra; enquanto uma, visa o *design* do acontecimento, a outra, pende para a consideração do tipo de imagens do acontecimento, nos seus aspectos plásticos e estéticos.

Das pinturas da primeira fase de “Made in Heaven” (expostas em Veneza) às pinturas da sua segunda fase (nupcial) realçamos a variação do papel do espectador: num primeiro momento, o espectador é provocado a ser e a aperceber-se da sua função de *voyeur*, o artista, nu, olha-nos de frente, desafiando-nos, deitado ao lado de Cicciolina com o seu bem estudado esgar de êxtase (tanto no poster de promoção de “Made in Heaven” como nas telas); num segundo momento, o seu olhar ao desviar-se do espectador, para se concentrar aparentemente nas suas actividades sexuais, coloca o *voyeur* numa posição de “intruso” invisível. O espectador é um *voyeur* constituído pelo próprio artista e pelos dispositivos das imagens pornográficas – os quais permitem uma maior possibilidade de projecção imaginária do espectador, já que o olhar do modelo ora vela ora é cego e quando é cego (distráido) é para melhor incluir o espectador na fantasia. Um outro artifício re-utilizado: há sempre uma colocação estudada do sexo de Cicciolina, de modo a que este fique quase sempre voltado de frente para o espectador (por vezes, enquadrado na imagem pelas mãos de Koons) como se lho oferecesse e mostrasse. Quando não foi possível, devido ao tipo de pose, a sua boca entreaberta é realçada (pelo olhar de

Koons) como sua metonímia ou metáfora. *Mediante* a sedução de Cicciolina, ele pôde apresentar, outra coisa para além do processo da sua auto-celebrização: a celebridade ou a sua *medialidade* de Cicciolina. Ela, enquanto emblema mediático, é usada por Koons como um espelho que vai medusar os *mass media*. Um espelho que lhe dá acesso aos *media*, o reconhecimento destes ao transformar esta operação em notícia, *mediante* a exploração da tendência dos *media* à auto-referencialidade e (talvez razão) do poder medusante dos *media* sobre as massas. O sexo aparece como uma encenação desta fusão entre sujeito e objecto que é também a das massas e dos *mass media*.

A fragmentação e ampliação de pormenores dos órgãos genitais em cópula citando as técnicas da pornografia recordam-nos, a propósito de “Made in Heaven”, as fotografias de Man Ray que ilustram “Quatre Saisons” – em companhia de textos de Aragon e de Benjamin Péret – e certos desenhos de Picasso. A primeira fase de “Made in Heaven” antecipa o que se passará na segunda. Esta previsibilidade da narrativa coloca a segunda fase como um clímax, ponto de desenlace da sua relação, mas um «fraco» clímax. Fraco clímax que traz o desconcertante de uma situação fatal. Tudo se vai desenrolar como previsto segundo um ritual, uma cerimónia, um protocolo, o que mina, quanto a nós, a relação de realismo ou de representação que a pornografia pode ter. O que na primeira fase era sugestão, exibicionismo, é, na segunda, a passagem à prática, transformando esta segunda etapa em descrição do prazer mútuo, dos signos de prazer. Este hiper-realismo mina o real, a experiência vivida entre os dois. Eles colocaram-se sob o signo do artifício, do falso, da mentira. A aventura entre uma mulher pública – mercadoria, ícone, artista, deputada e mulher – e um candidato a Casanova termina desocultando a total falta de mutualidade entre os dois. Equidade, existe somente no prazer, na troca de prazeres e fantasias. Mas, ele é o empresário, o capitalista, o autor das imagens em que ela é convidada entrar. Ele é o proprietário das imagens, de certo modo, em duplicado – aquelas que são apropriações das de Cicciolina – que são o produto de um processo de uma conversão do que já existe (*pastiche*). Manifesta-se nestas imagens a condição de equidade na situação de mercantilização mútua.

Há um fascínio pelo erotismo, por uma ideia de desregramento dos sentidos; um fascínio pela ligação com o corpo, com o desejo, numa conquista-engate masculina reduzido sempre ao estatuto de provas repetidas até ao tédio: *vejam, olhem como isto é verdade* numa vertente de sensacionalismo pelo qual foi criticado. Koons acedeu à provocação passou do olhar ao acto; de espectador a participante, de fã a ídolo. Ele torna-se produtor de imagens do deboche *mediante* o plágio de outras imagens. As imagens dele são índices; são imagens-índice. Não há propriamente fim e princípio (narrativa) nas imagens; cópula, sodomia,

cunnings e fellatio sucedem-se e diversificados em planos cada vez mais próximos. Os títulos são suficientes para nos inteirarmo-nos do teor das obras: da primeira fase – “Made in Heaven”; “Jeff in the position of Adam”; “Ilona with ass up”; “Ilona on top (Rosa background)”; “Silver shoes”; “Hand on breast”; “Fingers between legs”; de 1990 – à segunda fase de sexo mais explícito de 1991 – “Ilona on top – Outdoors (Kama-sutra)”; “Jeff eating Ilona (Kama-sutra)”; “Dirty – Ejaculation”; “Ilona’s Asshole”; “Ilona’s house ejaculation”; “Glass Dildo”; “Fucking Red”; “Wolfman (close-up)”; “Ilona’s house ejaculation (close-up)”; “Manet soft”; “Blow job – Ice”: “Butt red”; “Penetration with engagement ring”. “Ponies penetration” prova do artista e única. Curiosamente, uma peça, única e prova de artista, intitulada “Ponies” (uma pintura) retrata o artista nu lambendo os mamilos de Cicciolina. Ele segura-lhe o seio direito e com a mão direita acaricia-lhe o traseiro. Ela, meio despida meio vestida de lingerie branca fantasiosa e com uma coroa de flores na cabeça, está sentada sobre o colo de Koons soltando um suspiro de prazer.

Os adereços de Cicciolina são: as *lingeries* com muitos folhos e flores rendadas de cor branca, preferencialmente; as luvas e botas de cano extra-longo em cabedal vermelho; as coroas de flores brancas ou rosa pálido ou as tiaras de pérolas; os *body* pretos de cabedal e os sapatos de salto alto; os véus e vestidos de tipo noiva e outros vestidos transparentes de cores pastel. Outros adereços fundamentais: a sua gibóia esverdeada sobretudo nas esculturas de madeira policromada; das pequenas flores, diversas, que polvilham o rochedo dourado, improvisando o leito nupcial, e o lençol rosa da cama; as borboletas artificiais, gigantes que surgem em redor do casal – como em busca do pólen? – e que aparecem em miniatura na coroa de Cicciolina.

A segunda fase de “Made in Heaven” envolve a utilização de décors variados tais como fundos pintados, exteriores e interiores.

As pinturas cujos cenários são pintados: “Wolfman”; “Blow job – Ice”; “Ponies”; “Dirty – Jeff on top” e “Red Doggy”. A primeira, contra uma paisagem contraditória, com neve, uma árvore despida que se interpõe a um sol ou lua gigante recortados sobre um céu tórido, decorre a cópula entre Koons e Cicciolina. Koons, de pé, segura Cicciolina pelas suas nádegas.

Em “Blow job – Ice”, no mesmo décor, é Cicciolina que lhe aquece o falo erecto. Ela coloca-se de tal maneira que as suas pernas abertas nos deixa ver, frontalmente, o seu sexo por debaixo do vestido branco (de noiva). Koons está de pé e de perfil. Pende a cabeça para trás.

“Ponies”: no mesmo cenário, contra o céu esfumado, os dois estão muito mais próximos do observador. Eles ocupam quase a totalidade da imagem. Ao colo de Koons, ligeiramente de perfil, Cicciolina aproxima o seu tronco ao de Koons. Ela executa este movimento para que ele, de

costas para a margem direita da imagem, lhe lamba o seu mamilo direito. Ela repete o mesmo movimento da língua do seu marido.

“Dirty – Jeff on top” a cópula ocorre sobre o rochedo que apareceu na primeira fase, mas deixa ver mais uma paisagem deserta, de uma terra gretada pela seca. No seu leito húmido, a atestar pelas manchas de lama que ambos ostentam nos seus corpos. Nesta pintura Cicciolina usa um body-soutien preto de cabedal, umas meias pretas transparentes até à coxa e calça uns sapatos altos pretos. Na sua cabeça foi substituída a teara de flores pela de pérolas ou diamantes e uns brincos compridos do mesmo material.

“Glass Dildo” e “Red Doggy” o fellatio e o sexo anal, respectivamente, acontecem sobre fundos psicadélicos, onde predomina os rasgos de amarelo, vermelho e negro. Desse fundo define-se uma mão rochosa, gigante, na qual Cicciolina se recosta ou se apoia nas respectivas pinturas. Nestas duas pinturas Cicciolina está mais nua do que nas outras imagens todas. Despido o body-soutien, no entanto é a cabeça de Koons no fellatio em “Glass Dildo” e a própria perna esquerda de Cicciolina, apoiada sobre a mão gigante que oculta o seu corpo projectado na penetração anal em “Red-Doggy”. Em ambas as pinturas Cicciolina usa a sua teara de flores, encimada por uma espécie de pequeno arco-iris, umas luvas vermelhas, compridas até ao cotovelo, e umas botas de cabedal, cano alto, até a meio da coxa.

Caso de pinturas em exteriores: “Manet” e “Manet Soft”.

“Manet”: a acção toma lugar num recanto rochoso de um bosque (?) ao som da água de um riacho. Os projectores estão apontados sobre os corpos nus do casal. Cicciolina tem a teara de diamantes, as mangas-luvas brancas com uma pulseira de diamantes; o *body-soutien* aberto feito de algumas linhas de diamantes que se ajustam ao tronco; os sapatos altos brancos e meias até à coxa também brancas. O centro geométrico da imagem é o ponto de intersecção entre o peito de Koons e a perna esquerda aberta de Cicciolina. Em redor deste centro dominam a língua de Koons e o sexo de Cicciolina, a mão direita de Cicciolina e a esquerda de Cicciolina sobre as nádegas correspondentes de Cicciolina – as quais indicam o sexo dela. Koons executa o *fellatio*, de perfil, de forma a permitir que o sexo de Cicciolina esteja frontal ao observador. Em escorço, o corpo ligeiramente desviado para a margem esquerda da imagem, Cicciolina facilita a tarefa levantando as pernas.

“Manet Soft” ocorre num local semelhante. As cores são semelhantes e os adereços de Cicciolina são os mesmos. A iluminação é mais forte sobre os dois corpos. As poses, essas, são distintas. Cicciolina, sobre o corpo do marido, fixa o seu olhar sobre o observador, ou quem lhes aponta o foco de luz. Koons, sorridente, olha para ela enquanto afasta as nádegas e o sexo dela, com as duas mãos, para exhibir os referidos orifícios.

As pinturas em interiores realistas: "Ilona's House Ejaculation". Esta pintura é uma resposta a "Silver Shoes", que localizamos numa espécie de estúdio de artista. Aqui, a cena passa-se numa sala de estar. Copos sobre bandejas, *bibelots* e outros objectos de vidro colorido -- de gosto duvidoso -- estão mais ao fundo, por detrás das personagens. De pé, Koons -- apenas o seu tronco e coxa direita, cortado pela margem esquerda da imagem -- segurando o seu sexo, rega com sêmen o rabo nu e erecto de Cicciolina. Apoiada no encosto do sofá -- a sua cabeça, ao fundo, quase tocando a margem direita da imagem -- ela recebe a 'chuva' alçando as suas nádegas para o primeiro plano. Banhos de esperma que Cicciolina recebe na boca em "Exaltation" e, no sexo, em "Dirty -- Ejaculation".

As imagens em *close-up* sobre a actividade dos órgãos genitais, sobre todos os orifícios corporais, lubrificados, -- como prova da realidade? ou provas de virilidade? -- parecem ser pormenores ampliados de pinturas maiores já mencionadas cujas situações, espaço e tempo coincidem, apesar de em algumas se verificar que a acção não corresponde à pintura de partida. Umas parecem ser uma ampliação e aproximação à imagem de partida como "Ilona's House Ejaculation". Outras são só variações de tomadas de vista em relação às imagens integrais dos seus corpos tais como "Dirty -- Ejaculation" ou "Glass Dildo". As imagens de ejaculações -- como se Cicciolina fosse um solo lavrado -- de cópulas e de penetrações (observável em *close-up* a partir de algumas imagens). O corpo de Cicciolina é uma espécie de corpo em pleno movimento e intensa exploração.

As flores tem assento nesta exposição. Elas são variadas e em grandes quantidades.

"Large vase of flowers" são 140 flores⁷¹ diferentes em madeira policromada. As flores são pintadas posteriormente com cores puras quase sem nuances. A cor plana e homogênea ressalta a artificialidade das mesmas. A cor vem dar um acabamento pristino. Elas são quase só cor. As formas erotizadas explorando os graus diversos de abertura das flores mostrando as zonas centrais expostas como anús ou vaginas. A cor acastanhada das suas corolas; a ênfase no arredondamento e proeminência das corolas centrais ou na exposição dos estames ou ainda uma série de corolas que, no seu interior, começam a desfolhar, a abrir-se sucessivamente, em tempos diferentes, tornando estas áreas como que o tema destes arranjos florais. Estas zonas parecem terem sido descascadas

⁷¹ É o próprio a afirmar que "In the *Large Vase of Flowers* there are 140 flowers. They are very sexual and fertile, and at the same time they are 140 assholes." Detectamos rosas, girassóis, margaridas, narcisos silvestres, túlipas, cravos-de-defunto, calendula ou "Mary-Gold". "Small Vase of flowers" são os narcisos, orquídeas e túlipas a dominar o ramo. Sempre nos dois vasos de flores o mesmo jogo com as diferentes aberturas das flores. Os próprios anúncios de revistas de "Made in Heaven" são girassóis, crisântemos e amores-perfeitos em *close-up*, numa paisagem campestre.

e envernizadas para exposição. Dessas zonas temos a sensação que saem ou irão ser expelidas matérias; um ramalhete de lábios entreabertos. A oscilação entre um rigor na imitação de modelos vegetais e a cor opaca ocultando o material em que são feitas conferem um toque de artificialidade aliada a uma sensação de hiper-realismo.

Os animais, os cães – sem ser o pássaro à procura do pólen e de alimento, no meio de grandes flores, com grande bico como nos é representado em “Wall Relief with Bird”. Nesta peça de grandes dimensões, o pássaro iridiscente e pulverizado de pólen destaca-se nas gigantes ‘bocas’ das flores realisticamente esculpidas e de colorido intenso. A cor intensa, os brilhos, o realismo no trabalho de modelação destas peças, tornam estes objectos extraordinariamente sedutores

“Poodle” (hollywoodiano): um cão -- o maior em dimensões rivaliza apenas com “Bob-Tail” -- muito sofisticado, algo de masculino e feminino, muito hierático e vaidoso até. Todo o corpo, o pêlo foi cortado, só que ainda mantém um pêlo tufado, cheio de concavidades e espirais. Da cabeça pendem de cada lado dois rabos de cavalo e no cimo da cabeça, mesmo a meio, sobre a testa, um monte de cabelo revirado e preso em cima sobre a cabeleira, uma espécie de touca. Sentado, magestático, expostas as suas grandes garras, parece ser sorvido ou dissolver-se nas formas enroladas, ornamentais da sua “cabeleira”. Outros cães “Three Puppies” emparelhados arfam, de línguas de fora, olhos rutilantes, parecendo excitados com as cenas eróticas a que assistem. Outros mais domésticos, em madeira policromada, “Yorkshire Terriers”, ornados os seus carrapitos por dois laçarotes, – um, azul; o outro: rosa. Em todos os cães a ornamentação do pêlo e penteados é um elemento que quase dissolve o próprio cão numa massa de pêlo. São simpáticos e cómicos. Os cães a salivar tem a função dupla de projectar na nossa imaginação a excitação sexual, a intensificação dos sentidos, de serem aquecedores ou banda sonora dos espasmos, repetidamente, ensaiados nestas imagens. São os substitutos do *voyeur* ou do observador destas imagens? O consumidor ou contemplador destas imagens concede os breves instantes para contemplar os *stills* de um filme pornográfico.

“Gato” de mámore e olhos em lápis-lazuli. O pêlo forte e revoltado atraiu Koons. É o tipo de peça com as conotações espirituais produzidas por um mercado do oculto.

“Querubins” em madeira policromada, ornados de flores e cujas pétalas são sublinhadas a ouro, um dirigindo o olhar para cima e o outro, um grande laço vermelho na cabeça oferece-lhe um urso azul-bebé.

As esculturas, em tamanho natural, são versões tridimensionais, em plástico, de pinturas como “Ilona on top (rosa)” e “Dirty -- Jeff on top”, penetrando Cicciolina. O mesmo leito, a mesma lingerie e as mesmas situações (e as manchas de terra na pele dos dois corpos na última

pintura) e até os mesmos títulos passam para as versões escultóricas. A cor vem sempre para *cobrir* o material mas sobretudo para conferir mais realidade óptica às representações.

As duas esculturas em mármore branco, sem ser o gato referido, são auto-retrato e os bustos do casal. "Self-Portrait": de uma base quadrangular emerge uma massa de cristais prismáticos, explodidos radialmente. Sobre esta massa assenta o busto de Koons, ao nível dos mamilos proeminentes. A sua cabeça emproada numa atitude de vaidade cerra os olhos. Esta situação cria uma ambiguidade na pose: ele parece estar num êxtase. Ou murmurar: *Feel me* ou *Touch me*. Tudo é representado naturalisticamente, pálpebras, sobancelhas e cabelo. "Bourgeois Bust" é o casal beijando, aparentemente numa cena banal de casamento. Os dois bustos reúnem-se sobre uma espécie de pedestal de vaso clássico. Os dois estão nus, semi-fermam os olhos e entreabrem as suas bocas para um beijo. Abraçados, Koons coloca a sua mão esquerda sobre o seio de Cicciolina. Ela traz vestida uma peça aberta, feita de fios de diamantes coleantes sobre a pele e sobressaindo o desenho dos seus seios. Na cabeça a mesma teara de diamantes. Na base, encaixadas entre os perfis convergentes dos dois bustos, estão umas pétalas e uma flor fresca.

Em termos da recepção de "Made in Heaven" – bem sucedida crítica e comercialmente – oscilou-se, consoante o agrado ou desagrado, entre o "isto é pornografia" ou o "isto é arte" logo não é pornografia. Uma aporia que resulta da *mistura* entre juízo estético e juízo moral ou da difracção do juízo moral em juízo estético -- vindo estetizar imagens geralmente secundárias se não votadas a um consumo mais ou menos clandestino. Naturalmente, num país que proíbe a entrada na América de Cicciolina como *persona non grata*, esta jogada poderia ter ultrapassado os limites do tolerável. Mas não. A produção das peças decorreu na Europa; Munique passou a ser a cidade da vida "barroca" do casal; a oportunidade dada à angélica Cicciolina pelo artista americano foi o equivalente a uma retrospectiva-citação das imagens em que ela ficou celebrizada e com as quais ele passaria a estar associado por nelas estar representado como "actor" e como proprietário delas. A explicação provável para que estas imagens não fossem alvo de condenações públicas ferozes como foram as de R. Mapplethorpe parece-nos estar relacionada talvez a dois factores: 1) o facto de estas imagens serem de uma pornografia *branca*, quase tão angélica e ingénua quanto banal tipo calendário para serralharia ou carroçaria de camião; 2) pelo facto de estas imagens não estarem associadas a uma (homo)sexualidade (com a força de um *lobby*) condenável por sectores mais conservadores como estavam as de Mapplethorpe na ocasião da sua boicotada retrospectiva (1989). Toleradas pelas razões acima enunciadas, estas imagens da segunda fase -- representando cenas de sexo explícito -- possuíam uma outra "imunidade"

presa à natureza paradoxal das mesmas. Estas imagens são dotadas de um estatuto paradoxal -- tornadas um instrumento questionador-neutralizador das fronteiras entre a vida e a arte, entre o que pertence ao domínio do público e o que pertence ao domínio oculto do privado -- pois que, elas são, ao mesmo tempo, privadas, íntimas e públicas. Elas negariam a decência do conservar enquanto segredo pormenores da privacidade de cada um e, ainda, utilizando o "público" para esta negação. Mas esta negação, este questionamento ou mesmo apagamento destas fronteiras só nos permite constatar um processo de redefinição do "privado" -- inserido numa tendência actual mais global, biotecnologia, engenharia genética etc. -- que parece deixar de ser entendível como o reino do segredo, como fora de cena, como reserva do sujeito-actor ou como sombra sobre a qual é conveniente não saltar. Principalmente, porque esta redefinição do "próprio" se faz às *claras* e se constrói com/sobre uma privatização-subjectivação onde as imagens do privado em conflito são transformadas em *mediação* pura.

Dizíamos que estas imagens de Koons equivalem aos fotogramas de um filme pornográfico feito por um casal para uma global "família"⁷² mediática. Mas, elas são também re-encenações *no real* da imagética de Cicciolina que servem para operar a *con-fusão* entre verdade e falsidade, profissionalismo ou trabalho e prazer, entre a documentação de cenas reais de intimidade e a falsificação de cenas reais de intimidade. A consciência da natureza paradoxal destas imagens retira as condições para uma condenação moral se exercer sem ingenuidade. É que não possuir esta consciência das circunstâncias de produção destas imagens leva necessariamente a uma situação em que a condenação moral trabalharia em favor da "celebração" do condenado. É esquecer ou desconhecer -- *deliberadamente* -- o regime de simulação, de auto-reflexividade a contaminar radicalmente esta obra. (Efectivamente, a descrição destas obras não só se revela tarefa difícil como *traíçoeira*, na medida em que sujeita o seu intérprete a um processo de auto-exposição radical; a um processo destrutivo de barreiras imunológicas, de inibições que interessa, de sobremaneira, ao próprio artista.)

Por todas estas razões, não nos interessa saber se ele "diz" ou não a verdade; não pretendemos, aqui, nem condená-lo nem absolvê-lo. Por que em ambos os casos equivaleria à perda ou à desapareição do objecto. Não cremos que ele minta; afirmamos que ele parodia. Pois, como nos adverte Lyotard⁷³ o que, para alguns de nós, é mentira nada mais é, para outros,

⁷² No filme "Na Cama com Madonna" (trad. portuguesa), Madonna afirma, no fim de um dos espectáculos, diante da assistência e diante das câmaras em jeito de des-dramatização da natureza supostamente chocante das suas actuações (fora e dentro do palco), enfatizando a faceta de comunhão que o espectáculo gera no público: *nós somos uma família*...

⁷³ Sobre o artista René Guiffrey, "En Attendant Guiffrey (quatre pièces pour un abstrait)" in *Des Dispositifs Pulsionnels*. Galilée, Paris, 1994.

de que o paródico visto do ponto de vista do não paródico, do sério e do verdadeiro. Ou seja, trata-se de um caso de circulação de máscaras que nada querem dissimular; certamente, elas espantam, desconcertam, sideram mas nada sob elas se esconde como um tesouro. É neste sentido que estas imagens são como divertidas *paródias*. Estão aí, no lugar do vazio ou apesar da ausência. Não elucidam, não desvendam mistérios; no entanto, elas são enigmáticas por serem tão assumidamente transparentes. Paródia em segundo grau já que a pornografia é por si mesma uma caricatura, uma paródia do sexo. Nietzsche também afirma a impossibilidade de se distinguir o Cristo do Anti-Cristo através do que dizem porque ambos dizem o mesmo.

“Made in Heaven” permitiu ao artista americano “aproveitar” o sucesso mediático de Cicciolina e dar à sua parceira de jogo a oportunidade de se transfigurar em arte. A introdução na obra de aspectos biográficos esconde o carácter paródico – já referimos o facto de ele se sujeitar a uma regra que implica o seu corpo na tarefa de repetir, de reproduzir o que as imagens de Cicciolina mostraram; por isso, aproximamos esta atitude a uma substituição do material de uma forma-objecto já existente, já dado; reproduzir e manipular o já conhecido, o já dado (uma característica de todos os *modelos*) é a tarefa do Koons-*ianismo*. A arte parecendo tornar-se uma espécie de crónica da vida, parecendo desaparecer sob o impacto do “*fait-divers*” – do conhecimento de pessoas comuns – nada mais faz do que transformar a vida, a intimidade e a privacidade conjugal numa outra forma falsificada, simulada da vida. Vida e arte em plena simulação jogam em alternância. Tendo-se casado e divorciado de Cicciolina teve mais do que os devidos quinze minutos... Agora, com a causa da custódia do seu filho ganha a Cicciolina tem – juntamente com outros processos no tribunal – outros tantos minutos a *crédito*. Através dela, Koons pode estender o seu sucesso para além do círculo artístico; pode transformar-se em *medium* – medium não no sentido de intermediário, de *mediador*, de algo ou de alguém que transpareça nele um conteúdo – transformar-se no lugar da dissuasão (da obra). Passando a ser, doravante, a sua própria mensagem. O único acontecimento. Manifesta-se a natureza paradoxal de uma *media arte*; de uma arte que se transfere estrategicamente para uma arte que joga *como* (e não *com*) os *media*. Uma arte que passa a ser um espaço de simulação como os *media*. (Mas, a arte contemporânea não é já um espaço de simulação das Vanguardas?) E não propriamente uma arte que pretenda realizar o desvio revolucionário dos *media*. Não se trata de uma arte que pretenda ser portadora de conteúdos; portadora de uma crítica ou de um elogio. Poder-se-á perguntar onde estão as características que distinguem uma arte da simulação dos próprios *media*? Onde fica a diferença entre a arte e os *media*, admitindo-se que a estratégia de simulação não se salda

pela absorção mútua o que conduziria à hesitação entre quando ocorre a arte (o jogo com a arte) e quando se trata de *media* (o jogo com o medium)? Mas não será a confissão deste desejo político uma forma de ocultar ou de fornecer ainda assim o alibi do conteúdo ou só de o modo de ser uma *arte da colusão*⁷⁴? Admitamos a hipótese de a arte-da-simulação-como-os-media se tornar a tal ponto indiscernível dos *media* que deixaríamos de ter certezas na identificação do momento em que a arte efectivamente ocorresse -- e que, então, não soubessemos distinguir o jogo mediático *com* a arte do jogo da arte *como* mass *media*. Que catástrofe poderia provir se se verificasse a hipótese colocada? Provavelmente nenhuma. O "urinol" de Duchamp não é, pois, indiscernível dos outros urinóis do mesmo modelo e, apesar disso, o urinol de Duchamp é arte e os outros, semelhantes, continuam, ainda, a não ser baptizados de objectos de arte?

Se entendêssemos a "pseudo-vanguarda" (Donald Kuspit) não como um desprezível *sucedâneo* da Vanguarda mas como o modo paródico à *disposição* para a vanguarda se realizar? Sabemos todos o quanto a vanguarda, falando a partir de um lugar da rebeldia, dependia de uma ideia romântica -- de um desejo de uma arte total, de uma arte fundida com, religada à vida. Esse desejo, no entanto, estava alicerçado na atribuição, à arte, de um papel de modelo para uma *nova* vida. As vanguardas esvaíram as suas forças neste processo de *invasão do espaço da vida* --o qual, ficou, para alguns, *incompleto* e, para outros, foi *definitivamente acabado*. Daí, então, o admitirmos esse modo paródico, esse modo assente na inversão da anterior estratégia: nele, ao invés, é a arte que tem de desaparecer, jogando e apostando o seu fim, o seu próprio fim, como uma forma de *aspirar* a vida ou de reverter a vitória desta em sua própria vitória e, por conseguinte, em derrota da vida (*mediante demasiada vida*). E assim, a pseudo-vanguarda seria, mais do que a vitória de uma vanguarda falsificada a forma da vanguarda "vingar" *mediante* a sua participação no "jogo-às-vanguardas". Que esta se sustente, como as tecnologias da informação, da digitalidade do sinal, permite aos artistas re-actualizarem não-importa-o-quê -- o rococó ou o *Kitsch* em Koons -- e, principalmente, a este artista americano transformar-se no medium da vanguarda; na vitória mediática da vanguarda. Quando Jeff Koons diz "farei tudo para comunicar" está simplesmente a dizer que fará tudo para se tornar o centro do jogo, de não-importa-que-jogo, para dessa maneira se transformar num medium, não importando, se não acessoriamente a mensagem oportuna.

⁷⁴ Vide Jean Baudrillard a propósito da arte Pop in *Sociedade de Consumo e Para uma Crítica da Economia Política do Signo*. Apesar de apresentar a arte Pop como uma arte da colusão ou do conluio -- e não a de uma arte da distância crítica face à lógica dos signos e do consumo pois que ela afirma-se como a recordação do valor crítico transcendente. A interpretação de Baudrillard parece-nos, no entanto, reconhecer o potencial crítico da Pop, ao escrever que a arte Pop teve o mérito de revelar "as contradições no exercício actual da pintura e as dificuldades desta em encarar o seu verdadeiro objecto." (*Para uma Crítica da Economia Política do Signo*; 118)

Cicciolina permitiu-lhe ampliar o seu poder de impacto, de expansão, de eclosão, de dissuasão. Permitiu-lhe a conversão em écran. É, afinal, o objectivo, a finalidade de se votar à personalização publicitária.

A marca de cinismo, no tentar dominar e lucrar com o jogo (perversidade e/ou sedução) não estará mais explícito antes no momento em que ele deixa de saber o que fazer com Cicciolina? E dela se separa. Como num golpe de teatro, de trapaça quer com o espectador do mundo-da-arte (a quem distribuía as pretensões de uma crítica à ideologia da estética prometendo um mergulho redentor na banalidade....) quer com os que estão *fora* do círculo da arte (a quem a exortação “Embrace your Past” seria entendida como um elogio) separa-se *simbolicamente* da banalidade. Porque ao casar-se com Cicciolina, ele afirma *simbolicamente* a banalidade. A disputa pela custódia do filho, – resultante da união simbólica entre a arte e a banalidade – seria a tradução, ao fim e ao cabo, do “Tudo bem. Afinal é tudo apenas arte.” Koons afastou-se de Cicciolina porque não foi capaz de a eleger como seu próprio destino, de eleger a banalidade como *aposta* em vez de a transformar em ocasião de lucro e em “desvario momentâneo” de um filho pródigo Contudo, não poderia deixar que fosse seduzido por ela. E, não mostrando sinais de rendição à sedução banal, pôde expressar a verdadeira natureza dos seus propósitos – totalmente diversos daqueles que proferia e praticava sob a influência do Amor, de um casamento como acto simbólico (inaugural) de uma estratégia de criação de maior participação (das massas). Casar-se com Cicciolina garantiu-lhe celebridade e o poder ser considerado – a expensas de ser um artista – como modelo de adulação como Madonna ou Michael Jackson. A modificação que tal decisão impunha sobre a sua vida e as pressões sobre a sua obra devem ter funcionado como desafio. Pôde manifestar como o casamento com os *media* não se trata verdadeiramente de um contrato mas de um pacto; a única forma de desvio mútuo produzido para proveito de cada um. Por fim, mostrou a natureza insuflável do “amor” – daquilo que chamamos a nossa interioridade, a nossa pretensa privacidade – ao devolvê-la «à luz» como ‘efeito especial’, como mero figurante desta maquinação “operática”.

“Puppy” (1992)

“I think it would be great if instead of reading that I am the new inheritor of Warhol, somebody would write «The new Bernini»” (Koons)

Nas proximidades de Kassel, em 1992 e à margem da Documenta IX desse ano organizada por J. Hoet – o artista americano erigiu diante de um palácio do século (?) de Arolsen, no seu jardim, a obra monumental de um

pequeno “puppy” com onze metros de altura⁷⁵. Esta obra recorreu aos materiais seguintes: flores naturais, terra, madeira e uma estrutura metálica. Dezasseis mil flores foram escolhidas pelas suas elevadas capacidades de regeneração e de resistência ao sol e ao vento que se faria sentir durante os quatro meses da exposição da obra. O interior de “puppy” era como um campanário de uma igreja; feito em madeira e com perfil triangular⁷⁶. Uma escultura efémera que, considerando a utilização de materiais da natureza poderia ser associada às manifestações da “land-art”, retoma algumas das ideias de exposições anteriores – nomeadamente “Statuary”, “Banality” e “Made in Heaven”. Sobretudo, verifica-se, de “Statuary” a “Made in Heaven”, uma alteração da escala dos anteriores cães domésticos em madeira policromada. Um jogo de escalas em que o agigantamento do cão, revestido de flores tal qual uma imagem de Arcimboldo, reduz os seus observadores, humanos, a uma escala liliputiana. O palácio é reduzido a uma casota e o cão, diante dele, sentado espera ocioso ou paciente mas atento.

Os monumentos estiveram sempre ligados a uma função comemorativa. Eles investem e marcam, no tempo, um determinado lugar de memória. Contudo, em lugar dos cavaleiros e dos distintos, dos heróis, santos e guerreiros que constituíam, o tema dos monumentos de outrora, é um cão, sem nome, que é o tema deste “monumento” efémero simplesmente designado assim: “Puppy”. Neste sentido, “Puppy” proporciona uma paródia do monumento *monumentalizada*.

Um cão foi, mais precisamente um cão de peluche, transformado em monumento e em micro-sistema ecológico. Ao motivo do cão, objecto desta figuração, foi associado a Terra, o território, o campo de flores por onde o cão normalmente circula ou é visto viver. Assim, poderemos ver sob outra perspectiva esta metamorfose: é o território, o campo que parece, afinal, se ter transformado no cão, no animal que o atravessa, habita. “Puppy” tornou indissociáveis, o cão e a Terra, o cão e o jardim. O território, por intermédio de uma figuração, deixou de ser a extensão a percorrer e passou a ser apenas a apresentação da sua metamorfose. O cão aguarda paciente. Sentado. Como se o jardim em que a escultura se erige se transformasse numa espécie de jardim-cão. Por isso, podemos acrescentar que o cão de Koons “suga” o contexto cenográfico em que a peça se concretiza e se exhibe. Uma situação análoga registamos quando fazíamos a análise formal da peça “Rabbit” exposta em “Statuary”. Apesar

⁷⁵ O modelo pode efectivamente estar numa escultura em madeira policromada de exposição “Made in Heaven” cujo título é “White Terrier”. No vídeo de Adrian Searle sobre si, Koons é visto a explicar aos empregados como quer que “Puppy” seja decorado. Ela mostra-lhes uma imagem de uma mulher nua imersa em vegetais ou frutas multicoloridas.

⁷⁶ Nesta altura foi gravado para a televisão inglesa um programa inteiramente dedicado a Jeff Koons. Adrian Searle, o seu autor, entrevista Jeff Koons ainda casado com Cicciolina. O programa, terminado na inauguração de “puppy” na qual o artista e Cicciolina distribuem os respectivos autógrafos, mostra o interior de “Puppy”.

de, no coelho inoxidável, nos ter despertado a atenção a sua situação de espelho deformante do contexto de exposição, aqui, pelo contrário é a situação de absorção concreta dos materiais do contexto que nos reclama consideração. A absorção dos materiais naturais cria uma situação de camuflagem, de *travestissement* do animal ou de disfarce. Esta situação poderá provocar o medo embora se trate de um animal doméstico e aparentemente pacífico. Se a "Rabbit" assinalamos a ordem do especular, reportamos a pertença de "Puppy" à ordem da contiguidade, da metonímia ou da sinédoque do espaço natural.

Um cão *florido* a guardar a entrada principal do palácio. O palácio barroco transformado numa casota. O jardim é aqui não só o lugar tradicional da escultura-construção efémera mas é transformado na própria escultura, numa fantasia, que poderíamos dizer, *verde*. Numa fantasia que tem a sua memória no fascínio dos jardins da época barroca ou nos actuais festivais de flores⁷⁷. Um objecto de romaria mediática; uma espécie de festival de arte. As duas coisas não estão separadas em "Puppy": formalmente, a peça pode remeter-nos para a tradição dos festivais/festas das flores, bastante difundidas na Europa; o seu efeito mediático acabou por a tornar num dos locais de visita obrigatória para aqueles que se deslocaram a Kassel. De resto, ela foi preparada, planeada para durar o mesmo tempo que a Documenta. Constituiu, no plano mediático, um acontecimento *parasita* em relação à Documenta. Parasitismo eventualmente tornado simbiose. A demonstração de força, bem sucedida, de um artista que se viu excluído da Documenta de 1992⁷⁸.

Se "Puppy" representou ou não a resposta de luva florida às escolhas do organizador da Documenta não é, no entanto, esse aspecto que nos interessa aqui realçar ou mesmo confirmar. Não queremos ficar aprisionados nas interpretações que o próprio artista põe a circular deliberadamente. Deixá-lo gabar-se dos seus propósitos, da sua pequena "revolução" -- é só outra arma para incrementar a dose de escândalo mediático. (Para quê havemos de condenar Koons por querer ser visto a desenrolar esse papel de safado e de sedutor? quanto muito a nossa questão, o nosso problema seria o de avaliar a qualidade do seu desempenho. Seria vê-lo na qualidade de personagem e não de pessoa.) É outra forma de as "moscas" serem capturadas, de os comentadores propagarem a sua obra, o seu poder, a sua popularidade por intermédio de publicidade gratuita. E, isso é uma questão que diz directamente respeito aos propósitos e às estratégias políticas dos seus comentadores, dos seus elogiadores e dos seu críticos mais ferozes. Somente, a tentativa de lhe atribuírem um sentido metafórico para além do alcance estético -- em

⁷⁷ Fazendo a vontade a Koons, a de ser tratado como o novo Bernini, Puppy poderia efectivamente emparceirar com as construções "ephemera" construídas por Bernini.

⁷⁸ Hans Haacke refere, em *Libre-échange* (entrevista a Bourdieu) a opção do organizador da última Documenta de Kassel por obras sem conteúdo político directo.

algumas recensões críticas – é um índice seguro do grau de perplexidade por ela causado. Daí que não seja de todo correcto falar deste acontecimento em termos de parasitismo já que seria mais adequado que o víssemos de modo inverso. De facto, a inteligência do artista foi engatar estruturalmente o sucesso mediático do seu “Puppy” com o da Documenta sem a prejudicar; pelo contrário, numa simbiose perfeita, “Puppy” contribuiu para a publicidade desta última. “Puppy” foi um episódio de rivalidade e não de aniquilação. Ainda: um símbolo agonístico que uniu e distribuiu as posições aos adversários (Koons/Hoet)⁷⁹. Um símbolo que no plano iconográfico significou a fidelidade conjugal e foi atributo do cínico.

⁷⁹ Mas, a interpretação de “Puppy” como um produto exclusivo de uma estratégia de poder pode ter o inconveniente de, no plano estético, contribuir para uma interpretação redutora da obra de Koons como um mero efeito de cálculos extrínsecos à qualidade das suas obras. Para quê confundir o sucesso, o efeito dessa estratégia com a única finalidade do autor-Koons? Não se inicia aqui precisamente a inferência e a extrapolação consequente para um juízo moral da sua obra? Não provirá este posicionamento da “irritação” que provoca o sucesso da sua estratégia, do tipo de interpretações que faz circular sobre as suas obras, como instrumentos de poder, de ascensão? Koons coloca em prática o desvio dos *media* que ao ser assimilada, reproduzida causa celeuma. Reprodução que gera a reprodução *viral* da publicidade; geradora da publicidade *grátis* à publicidade de choque. Vejam-se as campanhas da Benetton, Melvin Klein. Respectivamente, focando temas quentes da actualidade através de imagens choque – o pato a morrer no pântano de petróleo (uma figuração da catástrofe ecológica), o doente de sida a morrer no hospital, o sexo (figurado em utensílios ou através da cópula dos cavalos), a pornografia infantil acusada nas campanhas de Klein -- que sabemos ser do agrado e do desagrado, por que ambíguas?, do público, das massas fascinadas pelo seu próprio espectáculo, pelo espectáculo de tudo, seja do que fôr, enquanto imagem que des-realiza o mundo conduzindo-nos a gozar masoquistamente dos signos da dor e da nossa capacidade de indiferença. A dimensão escandalosa deste tipo de publicidade não é propriamente o uso de imagens radicais para venda de produtos. O que é propriamente escandaloso é que o mundo é a fonte e o espelho neutro destas imagens; ou seja, o mundo é-nos mostrado num processo de estetização generalizada que nos conduz a ver o estético como domínio pertencente ao “mal” ou diabólico; que nos leva a pensar na obscenidade inerente à euforia da troca generalizada que arrasta tudo para o estatuto de mercadorias parodiando, pelo desafio permanente, a sensibilidade humanista enredada na boa-consciência e nos critérios do bom ou mau uso (moral) das imagens sem qualquer ponto de aplicação capaz de dominar estas imagens, *cruas* – na sua dimensão de documento da actualidade mundial. Aliás, a radicalidade destas imagens reside na possibilidade de encenar o choque (banalizado) ao desencadear em cadeia ondas de repúdio moral tomado o motor de publicidade gratuita das mesmas. Repúdio talvez suscitado por um funcionamento inesperado da publicidade que anteriormente distribuía apenas as imagens do Paraíso do consumo. Era a fase angélica e didáctica da publicidade. Andy Warhol não reproduziu os acidentes viários, diários, as cadeiras electricas, a par das estrelas, dos produtos-símbolos como Marilyn e Coca-Cola?

Take 3

3. Koons e o Afecto

Queremos agora sobressair o papel fundamental da questão do afecto na obra do nosso autor. Quanto a nós, a lógica afeccional distancia-o quer da categoria do sublime quer da do *Kitsch*; lógica que opera nos *mass media* e numa cidade como Las Vegas, por exemplo¹. Para o fazer recorremos, transversalmente, à reflexão de Gilles Deleuze em *L'Image-mouvement -- Cinema I* a propósito da "imagem-afeição"². Antes disso acontecer, propomo-nos voltar ao texto de Clement Greenberg que nos serviu de abertura à primeira parte deste trabalho. Fazêmo-lo por duas razões: 1) Greenberg estabelece a diferença quanto aos modos de o camponês russo sentir a pintura de Repin e a de Picasso; 2) essa diferença servir-nos-á para mostrar que a apropriação do *Kitsch* por Koons não coincide com os propósitos de Repin. A releitura dos tópicos deste texto é intersectada com a leitura que Lyotard faz da vanguarda -- como "aposta" na estética do sublime ameaçada, hoje em dia, pelo mercado e pelos *mass media*. Há, pelo menos, um ponto comum entre as duas leituras referidas: tanto uma como a outra atribuem à vanguarda uma espécie de 'missão impossível' nas sociedades capitalistas ocidentais.

3.1. *Kitsch*: o bem-amado das massas

Em "Avant-Garde and *Kitsch*", Greenberg diagnostica nas sociedades capitalistas uma divisão profunda entre uma arte avançada e uma arte retrógrada, a cultura de massas ou o *Kitsch*. Apontamos já o facto de a dialéctica greenberguiana -- vanguarda-modernismo *versus* sociedade de massas-*Kitsch* -- ao ter subvalorizado ou omitido a negociação incessante entre as fronteiras das áreas abrangidas pelos dois termos da antítese, permitir que a vanguarda fosse apresentada como a defensora de uma ideologia 'aristocrática', exterior à falsa democraticidade do *Kitsch*.

Desde finais do século dezanove, as relações entre a arte e o capitalismo não foram nada estáveis nem pacíficas. O momento de expansão e de reforço do sistema capitalista trouxe a destruição às formas

¹ Em Las Vegas a Tecnologia de ponta e *féerie* disneylandiana estão indistintas. Todos os estilos, todos os tempos são ressuscitados neste deserto: são imagens vazias para a imortalidade. Propriamente, os *pastiches* obedecem a uma intenção de reconstituírem, no próprio real, um mundo de ilusão, conto de fada, que desaparece no real -- nada têm a ver com uma reconstituição histórica. A arquitectura, os néons, a massa sonora de vozes afáveis e de máquinas de jogo, as passeadeiras rolantes que ligam, entre si, os hotéis-casinos, com os seus vestibulos, colunas, peristilos, frisos, arquitraves e esculturas recriadas do passado mítico ou cinematográfico, transformam a vivência em Las Vegas num eufórico e contínuo *travelling* desencadeador da participação imaginativa dos espectadores. Não é apenas a arquitectura que se transforma em suporte publicitário. Ocorre, também, o vir-a-ser de nós em seres de celulóide. A miséria e o vício, a pobreza e a sexualidade são matéria de ficção; deixaram de ser 'maldições'.

² A imagem-afecto é uma das quatro variedades de imagens-movimento. As restantes são: a imagem-percepção; imagem-pulsão e imagem-acção. Ela está entre a imagem-acção e a imagem-percepção. Mas, a imagem-afeição está incluída na composição das outras imagens-movimento.

de coexistência e às formas figurais por intermédio das quais a sociedade comunicava consigo própria. A arte, funcionando como a religião, já cumpriu, outrora, essa função de reconciliação do todo social consigo próprio. Ela ligava para que a comunicação entre aquilo que estivesse ligado pudesse acontecer. Só que as formas figurais não resistiram às exigências de reprodução do capital. A arte moderna, nascida sob o signo da crítica da representação ou do “fim da representação”³, deixa de ter a função de recuperar os afectos num sistema de signos permutáveis. No dizer de Lyotard, a arte moderna deixou de ser uma “língua das paixões”. Metamorfoseada em anti-arte ou vanguarda, a arte moderna fez face a tentativas de reconstituição da função ideológica de reconciliação ou de uma pseudo-religião. Os artistas modernos não podiam mais agir como se as suas expressões mantivessem, ainda, o valor de reconciliação e de participação afectivas. Desde a metade do século XIX, os artistas pretenderam manter uma independência, uma *decálage* temporal entre a oferta e a procura assistida por uma crescente radicalização da ruptura em relação às expectativas do público.

O destino da vanguarda, invariavelmente, seria identificado com o de transposição da primazia da troca sendo sempre, por isso, um programa de resistência; resistência ao mercado pela exclusão da vanguarda da comunicação-cultura de massas; resistência ao signo pela isenção de sentido, pela loucura; resistência à sexualidade certa pela perversão que desliga, da finalidade de reprodução, a fruição. Aqueles objectos ou expressões artísticas que jogassem um papel de reconciliação, tivessem ou não valor de troca, seriam acusados de funcionarem como momento ideológico no circuito do capital. Nestes casos, a circulação de afectos e de representações pulsionais cobriria uma outra circulação hegemónica: a do capital.

A vanguarda abandonou o papel de identificação desempenhado anteriormente pela obra em relação à comunidade dos destinatários. Procurou efeitos de choque. A questão do agrado do público foi preterida. O público, outrora, julgara a partir de um gosto subordinado à tradição de um prazer partilhado. Os artistas, recusando confiar nas regras estabelecidas, têm vontade de renovar os meios de expressão, estilos e materiais (experimentalismo). As condições artísticas no fim do século passado foram alteradas; o reconhecimento das anteriores instituições reguladoras da pintura – Academia, Salões, Crítica, Gosto – deixou de ser crucial para o sucesso de uma obra e de um artista.

O que acabamos de afirmar não contradiz as principais ideias de Greenberg no texto mencionado. “*Avant-Garde and Kitsch*” diagnostica uma crise da cultura que deve tudo à existência, no plano social e político das sociedades capitalistas, de uma tendência para a instabilidade e

³ Lyotard *Des Dispositifs Pulsionnels*: 78.

conflitualidade permanentes. É que, segundo ele, as sociedades mais estáveis possuíam uma maior capacidade de solucionar as suas contradições e diluir a dicotomia cultural. Visto que, nelas, os axiomas da minoria iluminada são partilhados pela maioria. A maioria “acredita supersticiosamente” no que a minoria, “com soberba”, acredita⁴. Nessa sociedade, as massas sentem admiração e espanto pela cultura e pelos seus mestres⁵. Ao inverso, uma sociedade instável seria propícia à revolta e ao “ressentimento do homem comum” contra a cultura. Esse *ressentimento* transportaria uma “insatisfação reaccionária que se expressaria por um puritanismo e revivalismo” e, pior, em fascínio pelo fascismo⁶. As sociedades estariam divididas entre o culto da sensibilidade e o avanço da insensibilidade.

O *Kitsch*, uma cultura *ersatz* ou de substituição para as massas urbanas, desterritorializadas geográfica e culturalmente, acolhe e produz insensibilidade. A causa do seu lucro é a *insensibilidade*; a insensibilidade das massas quer à cultura tradicional-popular quer à cultura genuína. A cultura de massas apenas provê as necessidades de divertimento. Fazendo parte integrante do sistema produtivo, resultante de uma técnica racionalizada aliada à ciência e à indústria, a cultura de massas ocupa o lugar da cultura autêntica. Ela mantém e aumenta progressivamente os seus mercados. O *Kitsch* escolhe como seu *hospedeiro* uma qualquer tradição cultural madura, disponível enquanto um verdadeiro “reservatório de experiência acumulada”. *Parasita e conversor*, o *Kitsch* ou cultura de massas só pode *degradar* e empobrecer as realizações de uma cultura⁷.

Clement Greenberg chega a detectar uma profunda cumplicidade entre os sistemas políticos e o *Kitsch*, considerando o *Kitsch* como o produto social de uma sociedade em desequilíbrio. As sociedades capitalistas, ao exigirem “uma arte para as massas”, e as sociedades fascistas ou totalitárias, ao constituírem uma “política cultural oficial”, convergiram, ambas, na satisfação de um mesmo requisito: a “demagogia”. A cultura das massas é, em qualquer parte do mundo, o *Kitsch*. Não existe a possibilidade de um estado capitalista ou totalitário ser bem sucedido nas suas pretensas intenções de educar e elevar as massas. Habitualmente, os estados *lisonjeiam* as massas fazendo descer a cultura a um nível baixo. Os estados totalitários, como o da Alemanha fascista, preferencialmente escolheriam o *Kitsch* porque este seria mais flexível e *permeável à inoculação de propaganda* do que a vanguarda.

⁴ Clement Greenberg, *op. cit.* : 25

⁵ Clement Greenberg, *ibidem*.

⁶ Clement Greenberg, *op. cit.* 30.

⁷ “The pre-conditions for *Kitsch*, a condition without which *Kitsch* would be impossible, is the availability close at hand of a fully matured cultural tradition, whose discoveries, acquisitions and perfected self-consciousness *Kitsch* can take advantage of for its own ends. It borrows from it devices, tricks, stratagems, rules of thumb, themes, converts them into a system and discards the rest.” (O itálico é nosso) Clement Greenberg “Avant-Garde and *Kitsch*”: *op. cit.*; 25.

Assim como é descrente quanto à possibilidade política de uma minoria realizar a democratização da cultura, sem o apoio político das massas – apesar de reconhecer que o Ocidente está na posse de meios técnicos de difusão da cultura os quais permitiriam, em teoria, reproduzir com os mesmos custos um produto *Kitsch* ou uma obra de Rembrandt – Greenberg enjeita a hipótese do condicionamento das massas. Nenhum sistema educacional ou governo de um país pode condicionar as escolhas culturais das massas. A hegemonia do *Kitsch* reside no facto de ter deixado vigorar, entre os homens cultos, o acordo geral sobre os critérios que validavam as distinções entre a “boa arte” e a “má arte”. A cultura de massas culmina esta situação ao ser, em acto, a pulverização de quaisquer distinções através da indiferença.

Por isso, o *Kitsch* constituía um perigo para a vanguarda – a cultura autêntica das sociedades capitalistas. Um perigo exterior que se reflectiria na própria vanguarda: esta estaria a perder a coragem de afrontar a sociedade⁸. A vanguarda, identificada com a Boémia, ter-se-ia separado da sociedade, desinteressada de políticas revolucionárias e burguesas. Anichada no seu espaço próprio, afastada dos valores do mercado capitalista – após o declínio do mecenato aristocrático – e afastada do seu público, a vanguarda procuraria manter viva, e em grande qualidade, a cultura. O desmoronamento da elite e a quase indiferença das massas pela cultura atribuía aos artistas e poetas a dupla tarefa de a produzirem e conservarem. Tarefa complicada: sem uma base social estável, a cultura *Kitsch* acenava aos agentes de uma cultura viva a possibilidade de estes dominarem vastos mercados e latos proveitos. Por outro lado, a faceta crítica e contestatária da vanguarda fê-la, no entanto, vulnerável à repressão. Greenberg atribui à vanguarda uma tarefa histórica necessária: a “imitação da imitação”⁹. Interessaria muito mais a expressão, para a vanguarda, do que aquilo que seria expresso. Por outras palavras, interessaria mais o *medium* que aquilo que por ele era veiculado.

Para a América, Greenberg propõe ser unicamente a “paixão” pela cultura e sensibilidade a solução de defesa de uma cultura viva e autêntica. Uma *paixão* que pode ser enfraquecida por não se resistir suficientemente à tentação monetária e *populista* do *Kitsch*. Greenberg é explícito quanto às desastrosas consequências para a cultura providas de um qualquer *pacto estético* com o *Kitsch*. Não tanto por causa da geral ausência de qualquer mérito ou qualidade – Greenberg até admite que alguns dos produtos *Kitsch* possuem um “sabor autenticamente Popular” -- mas,

⁸ “But the avant-garde itself, already sensing the danger, is becoming more and more limid every day that passes.” Clement Greenberg “Avant-Garde and *Kitsch*”, *op. cit.* 24.

⁹ “Imitation of imitating” no original. Outro modo de dizer, no fundo, a permanência da imitação na arte moderna. Imitação de um tipo distinto da imitação transitiva do passado: uma imitação reflexiva. Podemos interpretar de dois modos esta tarefa: ora, enquanto enfraquecimento do significado ou recusa da representação; ora, enquanto emancipação do objecto natural da imitação em favor de uma maior pureza e especificidade de cada arte.

sobretudo, por causa do perigo, para os artistas e para a cultura, vindo de um antecipado *compromisso implícito* com os consumidores. Um compromisso ético e, não exclusivamente, estético, que viria sobrepôr-se às reais necessidades de uma cultura -- estas sim da exclusiva responsabilidade dos criadores. As falsas ilusões, ocasionadas por fenómenos superficiais ou eventuais sucessos de uma cultura, poderiam conduzir à subestimação dos sinais de decadência cultural. Não nos espanta, pois, que Greenberg, num misto de perplexidade, constate essa situação e advirta:

"Academicism and commercialism are appearing in the strangest places. This can mean only one thing: that the avant-garde is becoming unsure of the audience it depends on -- the rich and the cultivated."¹⁰

As nossas sociedades estariam divididas não por uma alternativa do tipo *ou o novo ou o velho*, mas, isso sim, por outra do tipo *ou o Kitsch ou a vanguarda*. O intervalo cultural, correspondente a um intervalo social, diminuiria ou cresceria de acordo, respectivamente, com a crescente ou decrescente estabilidade de uma dada sociedade¹¹. A resposta de Clement Greenberg quanto a uma possível desorientação da vanguarda é clara: o intervalo cultural nas nossas sociedades ocidentais é insanável. A uma pequena minoria poderosa corresponde, forçosamente, uma cultura formal enquanto que a uma grande minoria explorada, ignorante e pobre está destinada "uma cultura *Popular*, rudimentar, ou *Kitsch*."¹²

Mas, Greenberg não viu unicamente o *Kitsch* como sintoma de perda e decadência cultural. O *Kitsch*, consistindo na exploração intensiva da dimensão *sentimental* e *emotiva*, tornou-se o instrumento de propaganda e de dominação em todas as sociedades. É pela exploração da *afecção do sentimento* que o *Kitsch* é o bem-amado das massas¹³. E, em virtude de tal facto, ele é a *prova* de um amor correspondido entre o líder e o seu povo. Greenberg viu nele o *conversor universal* da dinâmica própria ao tipo de ligação íntima do crente a Deus no culto de personalidade do líder

¹⁰ C. Greenberg "Avant-Garde and *Kitsch*", *ibidem*.

¹¹ Clement Greenberg "Avant-Garde and *Kitsch*", *op. cit.* 28.

¹² Clement Greenberg "Avant-Garde and *Kitsch*", *op. cit.*; 29. A cultura popular é teoricamente aceite ser uma sobrevivência, um resto ou degradação de uma cultura, outrora, viva.

¹³ O *Kitsch* pertenceria à categoria das "comoções temas" que tenderiam segundo Kant para o sentimentalismo: "Uma dor participante e que não quer ser consolada, ou à qual nos entregamos premeditadamente quando concerne a males fictícios até a ilusão pela fantasia, como se fossem efectivos, demonstra e constitui uma alma doce, mas ao mesmo tempo fraca, que mostra um lado belo e na verdade pode ser denominada fantástica, mas nem uma vez sequer entusiástica. Romances, espectáculos chorosos, insípidos preceitos morais que brincam com as chamadas (embora falsamente) atitudes nobres, e que de facto tornam antes o coração seco e insensível à prescrição rigorosa do dever, incapaz de todo o respeito pela honra da humanidade em nossa pessoa e pelo direito dos homens (o qual é algo totalmente diverso da sua felicidade) e em geral de todos os princípios sólidos; (...) não se conciliam uma vez sequer com aquilo que pode ser contado como beleza, e muito menos ainda com o que pode ser contado como sublimidade do carácter (...)" Kant *Crítica da Faculdade de Juízo Estética*: 172.

político. O *Kitsch* quer tocar o coração e, se possível fôr, *convertê-lo* -- embora, o coração para o qual se dirige esteja antecipadamente conquistado. Ele quer fazer a economia da sedução. Não há senão a simulação da conversão religiosa. O *Kitsch* é o *já sentido*. É uma senha; uma palavra de ordem. Não há lugar para a sedução ou persuasão de qualquer espécie. Ele é o lugar da repetição sem futuro. É um biombo que *tapa a morte*. É o território do esquecimento da história e o da mistificação de todos os valores. Paupérrimo ou de alguma qualidade, o nível estético dos produtos *Kitsch* seria sempre inferior ao dos objectos de 'gosto delicado'.

Sob a condição de *sucedâneo de uma cultura autêntica*, o *Kitsch* só pode favorecer uma absoluta *permeabilidade* a qualquer tipo de atentado à sensibilidade e ao gosto. Daí, a sua extrema docilidade à manipulação ideológica e passional da sociedade.

Por comparação com o *Kitsch*, a vanguarda seria demasiado crítica. Sobretudo, ela seria "inocente" e *impermeável*. Logo se compreende porque é odiada e *fora-de-lei*. Os líderes dos estados totalitários preferem o *Kitsch* para estarem mais próximos da "alma" do seu povo. Adoptam um "estilo grandioso" para criarem a ilusão de que é o povo quem na realidade governa. Se estes estados totalitários não escolhem a vanguarda é, em última instância, porque as massas não a requerem. Por consequência, uma cultura superior, nesses estados, não poderia garantir, à partida, aos seus líderes, nada mais que o seu *isolamento afectivo* das massas. É, politicamente, mais *insuportável*, o isolamento de um líder em relação às massas do que o seu isolamento dos seus mestres ou de uma elite rica. O *Kitsch* dissimularia, deste modo, o ressentimento dos indivíduos, em relação à cultura sob uma operação de indiferenciação de critérios estéticos. Esta indiferenciação a atingir a cultura autêntica desencadearia uma indiferenciação correspondente no plano ético-estético.

3.2. Vanguarda: a aposta no sublime

A vanguarda, na sua dimensão auto-crítica opositora e criadora de cultura, seria fiel a uma estética do sublime -- no sentido proposto por Lyotard em *Inumano* -- em substituição de uma estética do belo. A versão da vanguarda por Clement Greenberg é coadunável com esta perspectiva. A designada "segunda via" de resistência da modernidade ao valor de troca, por Thierry de Duve, aponta no mesmo sentido: ela fazia apelo à manutenção do "valor" contra qualquer utilidade ou "valor de uso". A pintura moderna libertou-se da regra clássica da imitação (imitação de modelos e representação figurativa). A vanguarda pôs fim à representação, sob o modo da apresentação negativa. O sublime, argumenta Lyotard, é a aposta vanguardista das artes dos séculos XIX e XX.

Reflectindo sobre a exemplaridade da obra de Barnett Newman -- que escreveu também um artigo sobre a actualidade do sublime no qual a sua obra se inseria -- Lyotard situa-a no interior de uma estética do sublime por operar uma ruptura com a "estrutura comunicacional". Essa ruptura implicava quebrar a instanciamento do espaço plástico -- concebido como mensagem plástica -- sobre um destinador (o artista), um destinatário (o público) e um referente. Como assim? Os quadros de Newman nada apresentam senão a sua própria "nudez plástica". Isto é: as suas dimensões, cores e traços. Exemplos de apresentação negativa, as obras plásticas de Newman procuram captar a *presença*: para tal, elas não contam nada; não fazem referência figurativa a cenas narrativas conhecidas ou reconstituíveis pelo observador; não ilustram uma ideia; não pintam uma alegoria; nem é Newman quem faz ver por meio da pintura. Nessa medida, elas são criadoras de acontecimentos visuais¹⁴. "A mensagem é apresentação, a apresentação de nada: a *presença*."¹⁵ Os quadros de Newman cumprem a tarefa sublime de não precisarem de mensageiros por serem como os anjos¹⁶.

Face aos quadros de Newman, o comentador é remetido ao silêncio, à surpresa, à interjeição exclamativa, à interrogação. Nada existe para dizer daquilo *que está aí dado*. A solução de Newman -- não representar, nem dar a conhecer -- seria, nesta perspectiva, melhor que a encontrada pela pintura surrealista. A pintura surrealista, sob o modelo do trabalho do sonho, tentando injectar o "infinito na composição", teria sido, mesmo assim, vítima da ilusão de bastar, para gerar o sentimento do sublime, a reunião extravagante dos 'estilhaços' figurativos, reconhecíveis. A pintura de Newman é convicta na tarefa ontológica que Lyotard atribui à arte moderna: "o testemunho da Ocorrência" ou "testemunho do indeterminado existente". Testemunho, enfim, daquilo que adveio, apesar da sua imprevisibilidade. Sendo que, a dita tarefa é sempre infundável; havendo necessidade de ser sempre recomeçada.

Parece ser este o sentido, a reter, do experimentalismo vanguardista -- na sua tarefa crítica ou de evasão do espaço figurativo tradicional -- em nome de uma definição essencial dos constituintes de cada uma das artes¹⁷. Muito embora esta 'corrida reducionista' se vá revelando, ao realizar-se, como um *desmanchar* dessa obsessão essencialista. De facto, à definição formalista do objecto pictórico feita por Clement Greenberg em 1961, sucedem-se diversos questionamentos dessa mesma definição

¹⁴ Lyotard, *Inumano*: 87.

¹⁵ Lyotard, *op. cit.*; 87-88.

¹⁶ Parafraseamos de perto a encantadora formulação de Lyotard.

¹⁷ Segundo Lyotard, o vanguardismo, a pesquisa da arte abstracta e minimal, germinaria na estética kantiana do sublime. Lyotard aproxima-se, neste tópico, de Clement Greenberg. Lyotard lê Kant em cruzamento com a leitura de Burke. É que, segundo ele, Kant teria desprezado, de forma explícita, o "desafio maior" constituído pela estética de Burke: "mostrar que o sublime é provocado pela ameaça de nada ocorrer." (Lyotard *Inumano*: 104).

levando a pôr em causa as necessidades de suporte (já colocada por Malevitch), de um objecto (Body Art, Happening), de um lugar (Daniel Buren)¹⁸ e a do projecto de emancipação (Warhol) no qual a vanguarda se empenhou.

Seguindo de perto, a formulação de E. Burke¹⁹, Lyotard afirma que o sublime é caracterizável como um prazer negativo, *delight*, provindo da suspensão de uma dor ameaçadora, do *terror*, à conservação do ser. As trevas, a solidão, o silêncio, a aproximação da morte ou de uma falha de linguagem ou do ente querido são terríveis por serem o sinal da destruição ou desaparecimento eminentes. Que algo aconteça e anuncie, por si próprio, que não está tudo acabado, constitui causa de deleite. Assim, o *milagre* seria acompanhado de uma atenção máxima e de uma *intensificação*²⁰ dos sentidos que nos atiraria a sentir a instantaneidade do instante. Ele levar-nos-ia a consumir o sentido da ocorrência e não a própria ocorrência.

O público, perante as realizações vanguardistas, oscilaria, as suas reacções, em consonância com a sua posição de consumidores ou de amadores, ora num “prazer ambivalente” ora num aprofundamento do seu ressentimento e indiferença. Ele é afectado pelo sublime, por um sentimento contraditório que associa a dor e o prazer, a felicidade e angústia, a exaltação e a depressão. A noção de sublime, para dar conta da arte moderna e contemporânea, é importante já que, afirma Lyotard, à vanguarda já não importava a questão *como fazer arte* – uma questão retórica e poética – mas *o que é sentir arte*²¹. A reflexão sobre a arte deixaria de incidir sobre o destinador das obras mas, preferencialmente, sobre os modos de afectar o destinatário, sobre os modos como este recebe, sente e julga as obras.

A valorização da ideia de ocorrência (acontecimento), por Lyotard, satisfaz dois propósitos fulcrais relacionáveis entre si:

1º) distinguir o ‘verdadeiro’ acontecimento do acontecimento mediático, “o pequeno arrepio”. O acontecimento mediático – pequeno ou grande – seria a inversão da tarefa ontológica porque produz e incita ao consumo de acontecimentos e não ao sentido da ocorrência;

2º) o de ter o valor de ‘aviso à navegação’ pós-moderna: há, na pós-modernidade, uma ameaça à estética do sublime. Essas ameaças são: a inovação que disfarça a ausência de invenção; a conversão da estética do sublime em mito, em política de mito; o próprio mercado com a informação como critério de importância social das obras.

¹⁸ Lyotard *Inumano*: 107.

¹⁹ Edmund Burke *Philosophical Inquiry into the Origin of our Ideas of the Sublime and the Beautiful*.

²⁰ O sublime não dependeria da elevação – categoria distintiva da tragédia segundo Aristóteles – mas sim da intensificação (E. Burke).

²¹ Lyotard, *Inumano*: 102.

Estes dois motivos evocam-nos as preocupações de Greenberg quando este reclamava a autenticidade de uma cultura com memória contra a inautenticidade da cultura dos *mass media* reinante nas sociedades capitalistas ocidentais²². Ontem, a pseudo-cultura dos *mass media* ameaçava a vanguarda; hoje, os *mass media* são não apenas os produtores de *Kitsch* – como retorno ao arcaico – mas sim de cultura como acontecimento. Se, ontem, os pequenos sucessos da vanguarda poderia elidir perigos; então, hoje, institucionalizada, os perigos multiplicaram-se com as crescentes exigências dos mercados de novidades. No passado como no presente, a vanguarda tem um único princípio a respeitar: o de testemunhar o acontecimento e não o de o querer-fazer. Querer fazê-lo é ficar enredada em exigências ou fins exteriores (do Estado, da tecnologia e da ciência), por consequência, não específicas à responsabilidade da ‘criação’. Nas palavras de Greenberg seria transformar a vanguarda em propaganda – ou exagerando a formulação – transformar a propaganda em vanguarda.

Lyotard vê positivamente a convivência entre o capital e a vanguarda, entre a estética do sublime e a economia capitalista porque elas partilham um mesmo ímpeto de destruição criadora. A sublimidade da economia capitalista residiria no facto de esta ser regulamentada por uma ideia de potência ou de riqueza infinita; não sendo “nem académica nem fisiocrática”. Na arte, teve a sua tradução na rejeição de regras estabelecidas e na valorização do experimentalismo de materiais, estilos e meios de expressão. A crítica do sublime foi e continuaria a ser, porém, a reacção ao positivismo e ao cálculo realista na economia de mercado.

A economia capitalista subordinada à ciência e às tecnologias, sobretudo da linguagem, teria tornado a realidade mais inapreensível confundindo inovação e ocorrência; ocorrência e “pequeno arrepio”. A informação equivale a produção e consumo acelerado da ocorrência. Ela inverte o valor do *quod*, do *aconteça*, substituindo pelo *quid*, pelo significado, etc. A partir do momento em que a ocorrência é transmitida ou partilhada, deixa de ser uma informação, transforma-se num dado do meio ambiente. Diz Lyotard: então, «tudo está dito», «sabe-se». É o curso da sua banalização. É então colocada numa memória-máquina em favor da hegemonia do espírito sobre o tempo. É que o capitalismo é “uma tecnologia do tempo”²³. O sublime, pelo contrário, é o nome para a privação da vontade ou da presunção do espírito sobre o tempo. Lyotard sublinha da categoria estética “sublime” o seu carácter de ‘imprevisível’ e de excêntrico à supervisão da inteligência.

²² Um outro motivo de aproximação: Clement Greenberg arredou a prática vanguardista da da política como o sublime pós-moderno de Lyotard é um modo de recusa da ponte entre o estético e o político.

²³ Lyotard, *op cit.*: 111.

Entre inovação e ocorrência (*Ereignis*) existe uma grande diferença. A inovação, como forma de neutralização da estética do sublime, esconde cinicamente o desespero de que nada ocorra. A inovação consistiria, como vertente 'falsificadora', em fazer como se ocorressem muitas coisas e, finalmente, em provocar o seu acontecimento. A inovação ao jogar com a previsibilidade, o planeamento, a gestão pararia o movimento das ocorrências. A inovação nas artes processar-se-ia, então, em conformidade com o "pequeno arrepio" rentável. As formas são variadas:

a) regresso a fórmulas bem sucedidas; apenas, desequilibradas por meio de uma combinatória com outras formas, "em princípio incompatíveis";

b) "por meio de amálgamas de citações, de ornamentações e de imitações";

c) Ressuscitando o *Kitsch* e o Barroco numa deshistorização dos estilos. Sinal de um «gosto» ou de um ecletismo que indiferencia e enfraquece uma sensibilidade assoberbada pela multiplicação das formas e dos objectos limitados ao museu e ao consumo.

A inovação faz esquecer uma condição fundamental para Lyotard: a necessidade de separação entre as duas ordens -- a das actividades culturais e a do trabalho artístico. 'Atraíndo' a estética do sublime, retornando a valores tradicionais do gosto, os actuais neo-impressionismo, nova subjectividade, transvanguarda, outros neo- e pós- estariam a misturar as duas ordens, omitindo as leis específicas que regulam as duas ordens²⁴. Enquanto o trabalho artístico obedece à tarefa da sua definição e área, as actividades culturais subordinam-se à procura vinda da comunidade, do mercado e indústria cultural. Não apartar as duas ordens é conformar-se também à corrupção ou à confusão entre inovação e ocorrência "mantida pela temporalidade própria ao capitalismo contemporâneo"; é ficar preso do critério da informação e do mercado que move a inovação.

A arte é criação desde que pertença ao domínio da oferta independente da procura. Nisto, a arte distingue-se da comunicação a qual, nas nossas sociedades -- onde se verifica a indistinção entre o comunicar e o consumir, -- é indexada sobre a difusão. Os produtos são feitos para comunicar. De um lado, temos o produto; do outro, os consumidores. Desde que um esteja presente; o outro está virtualmente implicado. A arte não deve reclamar nada do mundo porque ela é mundo invertido -- insubordinação, frivolidade, desmesura, mal, não-sentido e existência irreduzível.

A inclusão da mediação nas obras artísticas contemporâneas vale como estratégia para evitar a dissuasão dos compradores. Trata-se de a mercadoria incorporar em si a pequena diferença consumível; ou seja, que

²⁴ Lyotard *op cit.*: 139

se deixe aproximar, apreciar e adquirir pelos compradores e consumidores. Decorre desta exigência, a importância do doseamento entre aquilo que surpreende e o que é bem conhecido, entre o código e a informação, que é segredo de um sucesso comercial e artístico. Precisamente, o contrário de uma informação forte. Parecer-se-ia com “barulho” visto que a informação forte é determinada “por relação ao código que o receptor dispõe”²⁵. Mas, o sensacionalismo²⁶ assinalaria um facto incontornável: a sublimidade reside exclusivamente na especulação da arte²⁷. A produção do choque, da novidade e do inesperado (instantâneo) por meio das referidas formas da inovação tornou-se uma exigência da sensibilidade contemporânea. Necessidade que é correspondida por muitos exemplos facilmente detectáveis na arte contemporânea.

Do exposto, esta categoria não caberia com justeza na obra de Koons. Para um artista que assume as consequências das teses de Walter Benjamin – a da primazia do valor expositivo – e que, na realidade, absorve os dispositivos mediáticos, a atribuição desta categoria só pode ser no mínimo uma “graça”. Da perspectiva de Lyotard só podemos ver na sua obra a falsificação da tarefa ontológica da vanguarda. Paradoxalmente, o ‘desafio’ lançado por Koons à arte contemporânea, parece-nos ser também entendível como um modo perverso de ser realizada a tarefa ontológica da vanguarda. Ou seja: Koons pulveriza a tematização do fim ou do vazio que é atribuído à arte contemporânea como valor especulativo e acontecimento. O próprio artista, acreditando no valor da combinatória e da inovação, fala em termos da metáfora do composto químico:

“Up to this point, the world may have only seen (...) two types of chemicals combined and all of a sudden, with those two types of chemicals, you bring in one other compound and you have a whole new, different material. (...) Only the things that will come are already here (...) Everything is here and everyone can just become.”²⁸

Afirmção que pode caucionar a reclamação – do autor – de defesa do direito ao plágio (inovação) em arte.

A ambivalência da categoria é outra das razões pela qual nos coibimos de a aplicar à obra de Koons. Ambivalência na medida em que, se tivermos em conta a “Benetton” com as suas estratégias de choque, vêmo-la aproximar-se da ideia e expectativas que fizemos de uma

²⁵ Lyotard aponta a tematização do sublime mediante o silogismo generalizado a partir da premissa de uma informação forte ser como o “barulho”: “Para o público e os artistas aconselhados pelos intermediários, os difusores de mercadorias culturais, é fácil retirar desta observação o princípio de que uma obra é de vanguarda quanto maior fôr a sua privação de significado. Não será ela então igual a acontecimento?” (*op. cit.*: 110)

²⁶ O sensacionalismo detectável em alguma da arte mais recente joga o papel da vanguarda como factor de ruptura do *continuum* da rotina quotidiana. A reprodutibilidade do choque veio acrescentar à “hiper-realidade” das nossas sociedades, com a instabilidade dos seus códigos e práticas significativas, uma dimensão de *sedução* – nos termos de Baudrillard – ou de pura intoxicação óptica. Nesse sentido aponta a espectacularização da destruição, da violência e da guerra.

²⁷ Lyotard: 111

²⁸ Jeff Koons entrevistado para *Art & Design*, “The power Of Seduction” (1989).

“vanguarda”. Aceitando-se esta ideia, entrar-se-ia em confronto com o pressuposto implícito no texto de Lyotard, de que os *mass media*, ao vigorar a gestão económica do choque, são alheios a uma estética do sublime. Uma ambivalência que consideramos compreensível mas que talvez seja demasiado unilateral. Para mais, a estética do sublime parece ser realizável na pós-modernidade unicamente como paródia. Então, as palavras de Lyotard pareceriam muito mais sombrias quanto à possibilidade da tarefa ontológica da vanguarda não-moderna:

“A sublimidade já não está na arte, está sim na especulação sobre a arte.”²⁹

Thierry de Duve constata a aceitação, na arte, da primazia do valor de troca – como única regra da actividade artística (pós-moderna). A troca é a única lei do mercado; a moeda, sua abstracção exclusiva. Essa aceitação assume, em Lyotard, o valor de ‘traição’ à estética do sublime vanguardista. Em Thierry de Duve, pelo contrário, a estética do sublime, hoje, só pode ser sublime especulação sobre a arte.

Para de Duve, o retorno do sublime na pós-modernidade – para o qual contribui a leitura de Lyotard – só pode ser sinal de um efeito e de uma encenação, isto é, como citação, reprodução como aura da mercadoria. Thierry de Duve coloca, em *Au Nom de l’Art* este retorno como o retorno do exílio dos artistas aos afazeres do mundo. A violência do mundo capitalista é a concorrência. Nos seus mercados, todos os estilos, todos os modos, todas as formas e todos os media são cambiáveis entre si. Para Greenberg, o pluralismo ou ecletismo recente seria concerteza um dos muitos traços do *Kitsch*.

3.3. Koons: entre Picasso e Repin?

Argumentando sobre as causas das diferenças de recepção num camponês russo de duas pinturas antitéticas, – uma de Picasso, a outra de Repin – Greenberg enumera os factores que teriam contribuído para que o camponês optasse pela segunda pintura. São eles, os seguintes:

a) a *familiaridade aparente de uma arte recente com uma outra preterida*. Face à pintura de Picasso, o camponês teria eventualmente sentido, quanto à sua técnica e expressão, uma certa *familiaridade* com a *austeridade* da arte de ícones. Contudo, ao ter rejeitado esta última, rejeitaria também aquela outra que se lhe assemelhasse, neste caso a pintura de Picasso. Preferiria a pintura de Repin porque, esta, a nível técnico, lhe pareceria mais *laboriosa e surpreendente*;

b) a *ausência de descontinuidade entre a arte e a vida*. Frente à pintura de Repin, o camponês reconhece a representação de uma batalha e *adere*, inconsciente, às convenções pictóricas nele utilizadas. Ele

²⁹ Lyotard, *op. cit.* :110.

reconhece *sem esforço* a *história* que o quadro lhe quer contar. Com este tipo de pintura, o 'nosso' camponês pode continuar a ver as coisas representadas como as vê e reconhece na realidade extra-pictural. E tem prazer na representação *evidente* de "coisas simples da sua vida" *reflectidas*, como se por "milagre", pela mão do pintor;

c) a *dramatização e ênfase da realidade na representação*. O tecnicismo da pintura de Repin ao serviço das tarefas imitativas *maravilha* o camponês. O maravilhamento do camponês defronte da pintura de Repin é imediato – e não mediato, como no caso da pintura de Picasso, surgido de uma reflexão sobre as qualidades plásticas. O *reconhecível*, o *miraculoso* e a *simpatia* são qualidades *imediate e externamente presentes* na pintura de Repin enquanto, pelo contrário, essas mesmas características são *projectadas* pela reflexão que um espectador culto elabora sobre a pintura de Picasso. A *inclusão* destes efeitos *reflectidos* pela pintura de Repin garante, ao seu espectador, um *irreflectido e fácil divertimento*. A arte de Repin é *pré-digerida* para que o espectador não tenha que lhe dispensar nem tempo nem esforço. A arte de Repin, tal *Kitsch*, é sintética. Enquanto Picasso pintaria a *causa*, Repin pintaria o *efeito*. O *Kitsch* como retaguarda imitaria os efeitos da vanguarda. A vanguarda imitaria os processos da arte.

Para nós esta passagem reveste-se da maior importância já que nos permite mostrar que a estratégia de Koons não pode coincidir com a categoria de "*Kitsch*".

Koons ao apropriar-se dos objectos *Kitsch*³⁰ ou *pseudo-objectos*³¹ transforma efectivamente os seus modelos apesar de esta transformação³² operar sob o princípio da réplica literal da forma dos mesmos. Em algumas obras não é só a reprodução do aspecto exterior mas também a da sua funcionalidade.

A exigência da réplica literal dos objectos apropriados incide sobre o trabalho dos artesãos-executantes que ele contrata. Koons, embora

³⁰ O lexema alemão *Kitsch* apresenta como constituintes sémióticos originários as ideias de "bricolage", de "pacotilha" e de "falsidade". Victor Manuel de Aguiar e Silva, *Teoria da Literatura*: 122.

³¹ J. Baudrillard propõe, em *A Sociedade de Consumo*, a noção de "pseudo-objecto" para os objectos que são abrangidos pela categoria *Kitsch*. Apesar de não se poder dizer que a categoria *Kitsch* se confunda com um objecto específico. A noção de "pseudo-objecto" envolve as ideias de simulação, cópia, objecto factício e estereótipo. O pseudo-objecto patenteia "uma pobreza de significação real e sobre-abundância de signos, de referências alegóricas, de conotações discordantes" e uma "exaltação do pormenor e saturação através das minúcias." A distinção móvel entre objectos *Kitsch* e objectos autênticos na sociedade de consumo depende da "disponibilidade estatística" respectivas. Esta função sociológica "define em cada instante, para este ou aquele estado da estrutura social, a possibilidade de determinada categoria social se distinguir e assinalar o respectivo estatuto, através de dada categoria de objectos ou signos." (pp. 115-116) À "rentabilidade estatística maximal" do *Kitsch* está associada uma valência fraca enquanto que aos objectos em número restrito se associa uma valência forte. À função derivada do *Kitsch* reside no facto de ele opor à estética da beleza e da originalidade uma estética da simulação.

³² Transformação, que já anteriormente salientamos, ao nível da escala e dos materiais, da qualidade artesanal das obras.

controlando todos os aspectos relacionáveis com confecção das suas obras, afasta-se fisicamente da re-execução destes objectos quotidianos. Com esta distância, ele enfatiza, cremos, a sua distância psicológica aos modelos para as suas obras³³. A delegação da execução – como estratégia não somente económica – cumpriria, assim, a função de *bloqueio* da empatia do artista com o modelo. Sem este bloqueio o próprio artista estaria, eventualmente, mais vulnerável à internalização ou impregnação do modelo. Em todo o caso, a “realidade”, o “motivo”, aquilo que pode servir de “modelo” para um artista é sempre *retrabalhado*³⁴ pelo desejo.

Mas esta delegação tem, ainda, um outro sentido: o de *expressar a posse* dos modelos e do trabalho implicado na sua reprodução. Ao serem entregues aos artesãos para serem re-criados, os modelos, forçosamente, desencadeiam a *projectão*³⁵ individual daqueles. Só que não pode acontecer senão uma *projectão* condicionada.

O bloqueio que mencionámos expressa-se, de forma inequívoca, nas suas obras, até “Banality” – por uma certa obsessão pela “limpeza” e literalidade dos objectos transformados em *intocáveis* e pela refundição de objectos existentes cujas réplicas possuem, pelo menos, a semelhança de forma. Estas réplicas, formal e volumetricamente semelhantes aos seus modelos ou *quase-protótipos*, manifestam, no entanto, em algumas delas a *rasura* ou *omissão* de alguns aspectos subsidiários – tais como decoração, cor e figurações pictóricas – que facilitam a identificação antropomórfica³⁶. A partir de “Banality”, a replicação e a ênfase na verosimilhança das suas

³³ A estratégia de Rauschenberg em replicar uma tela, “Factum I”, numa outra, “Factum II” às quais Baudrillard se refere no seu *Para uma Crítica da Economia Política do Signo*, pretendia não só desconstruir o código expressionista mas também sublinhar a valorização do processo da réplica como jogada que ‘exprime’ o aniquilamento dos objectos enquanto valores simbólicos referenciados ao desejo e à cultura. Ele também não altera nada; justapõe.

³⁴ Lyotard, *Des Dispositifs Pulsionnels*: 81. O objecto pictórico poderia no entanto bloquear as energias das suas linhas, dos valores e das cores se elas estivessem ligadas a uma matriz estranguladora: a um código e a uma sintaxe de uma escola ou de um inconsciente.

³⁵ Gilles-Gaston Granger comparando a motivação essencial da actividade estética e artística com a atitude racional afirmou em *A Razão*: “Enquanto o pensamento racional visa estabelecer um *modelo do mundo*, controlável com o conhecimento de todos, a arte pretende uma *projectão* do indivíduo numa obra válida em si própria. Esta palavra (...) Designa toda a actividade, consciente ou inconsciente, susceptível de materializar no mundo das coisas sensíveis uma realidade pessoal, interior, mas com a intenção, não de *expressar*, mas de *criar*. Toda a tarefa realizada é, de alguma maneira, uma *projectão*; explicar-se a si próprio, se não se pensar simultaneamente na obra resultante como numa obra de arte, não é projectar-se, mas exprimir-se. É claro que a arte é simultaneamente uma e outra coisa, mas é essencialmente *projectão*. A criança que desenha uma casa, figuras, não é que queira *expressar-se*, *descrever-se*; quer apenas criar um objecto que lhe agrada e lhe interessa; mas, ao fazê-lo, inconscientemente, *exprime-se*.” Mais adiante acrescenta: “O espírito racional *exprime* os fenómenos por meio de modelos; o acto do artista é a *projectão* duma obra que nunca é um simples modelo das coisas ou de si próprio.” (114-115).

³⁶ “Rabbit” é o caso em que aconteceu a *rasura* dos traços fisionómicos do rosto do coelho insuflável. Outras obras como “String of Puppies” as alterações feitas não foram suficientes para o ilibar de acusação de plágio. A sensação de equivocidade face às suas obras reside na constatação oscilante de que as obras executadas são ora um novo exemplar de objectos pré-existentes ora um novo objecto; ora um pastiche, ora uma criação.

obras com os modelos de partida, e, principalmente com "Made in Heaven", parece querer desenhar a *ficção-parábola*, paralela às obras, de uma progressiva corrupção do seu autor. Aparentemente, ele vai abandonando os 'pruridos' ao recorrer à cor plana e estridente, aos brilhos e reflexos, e a todos os restantes *vícios* associáveis a uma técnica *afectada*.

Chegados a este ponto, temos de sublinhar a diferença entre uma manipulação do *Kitsch* enquanto código e o uso mistificador do mesmo como o fez Repin. Não é nem como falsificador nem como artesão competente mas ingénuo, que ele recorre ao *Kitsch*. Ele não *besunta* os seus dedos nessa matéria como o fez Repin. Não se lhe submete. Basta-lhe solicitar do artesão contratado que capriche e deixe extravasar o seu "Repin" mais sensível. Ele é o *examinador* atento. O *trompe-l'oeil*, a recriação do objecto já pré-existente em escala tridimensional, requer, simplesmente, um trabalho artesanal. Daí, a fabricação pertencer por inteiro ao artesão. Ele, o artista, é o *cliente* que encomenda o objecto em parte concebido por ele; ele está em controle de todas as fases de produção. As estratégias de manipulação das imagens ou objectos são decididas por ele. A tridimensão e a ampliação da escala e dimensões de imagens banais *inflaciona*-as em qualidades pois que adquirem uma auto-projecção *indeclinável* e uma impressão de estranhamento. São processos cujo sentido é exprimir a *insuflabilidade* de formas, planificadas, portáteis e *tumeficantes*³⁷. Os processos aludidos tendem para uma mesma possibilidade: a de que um certo vazio, ao ser submetido ao *envelopamento* por uma certa superfície ou figuração³⁸, passe a cheio. Assim, o vazio é *envasilhado* por um *envoltório* que se torna a projecção, no espaço, de uma figura auto-referenciada, *tumefeita* do vazio.

Jeff Koons *aspira* a técnica artesanal para a *expôr*. Insulariza-a por intermédio do *pastiche* de objectos onde aquela é, alternadamente,

³⁷ Poder-se-ia pensar que este insuflamento das formas se assemelha ao que Botero faz às suas pinturas. O que é um grande equívoco. O *insuflamento* das figuras de Botero tende para a deformação e a irrisão cómica, para a caricatura de uma certa memória da pintura do passado, pré-moderna. A insuflabilidade de Jeff Koons apresenta associações variadas: com a vaidade, o envaidecimento que incha, que dá a sensação de potência e força ao vaidoso; o vaidoso, tal como o sapo que aspira ser boi, incha para se tornar ainda mais notado, para redobrar as atenções de que é alvo; procura transformar-se numa flor ou luz em torno da qual gravitam as moscas ou as abelhas. É ainda uma qualidade ou potência daquilo que se tomando notório por auto-exposição espectacularizante, distrai e espicaça a curiosidade. Transforma-se num objecto de rivalidade. A insuflabilidade é uma qualidade pura em Koons.

³⁸ Envoltórios que em "Pre-New" são insufláveis, vulneráveis, efêmeros e plastificados; enquanto em "Statuary" são metálicos, duradouros e resistentes. A especularidade das formas escultóricas permite a invisibilização das suas superfícies metálicas por reflexão deformante do ambiente envolvente nas suas superfícies assim como os brilhos sobre ou das superfícies permitem a fragmentação das suas formas. A *especularidade* é uma boa metáfora de *aspiração* ou absorção dos corpos e das coisas por meio das suas imagens aparentes. *Aspiração* no sentido de anseio, inspiração ou desejo e, ainda, no sentido de absorção. Recorde-se que os aspiradores para Koons são máquinas de respiração. Eles são máquinas de absorção como as vitrines, herméticas, que os expõem como efeitos de uma operação de aspiração sobre o mundo da utilidade. Confundem-se o feitiço da tecnologia e o da mercadoria-signo.

arquivada com nostalgia ou banida como arcaísmo. A desvalorização a que foram sujeitas as técnicas artesanais na sociedade industrial foi atenuada, hoje em dia, com a sua *ressurreição* na sociedade pós-industrial. Koons contribui para a restauração do *métier* sob o signo do *ready-made*; ou se quiser como mero valor expositivo. Ele é o *coleccionador* desses simulacros. Ao deslocá-los para um outro circuito, o de exposição, ele é reconhecido como o seu *autor-produtor*. Torna-se, do ponto de vista económico, um *traficante*. Ele não é apenas um *cliente* em regime de co-produção com os seus artesãos. Tal qual o capitalista ou o produtor de Hollywood o faria, sem pestanejar, por saber que, do ponto do capital investido, as *falsificações autenticadas pela multidão* – a chamada fórmula de sucesso ou receita já testada – são eficazes e compensadoras. A premeditação dos efeitos e a sua inclusão nas obras constitui, provavelmente, um dos alcances maiores da sua obra. A legitimação do *Kitsch* por Jeff Koons tem um duplo sentido: 1) por ver no *Kitsch* um gosto-sem-exclusão ou a anulação do gosto por um pluralismo e 2) a de ele poder constituir-se em glosa ou em desafio ao não-limite aparente do pluralismo vigente.

O *pastiche* do *Kitsch* actua sobre certas formas existentes. O *pastiche* permite que o artista *faça de* intermediário – e não de demiurgo – e, ao mesmo tempo, por basear a sua actividade numa re-escrita, se torne em autor como Pierre Ménard. As formas existentes, por esta operação, constituem-se em figuras que permitem *expôr a técnica*. Os conteúdos dos materiais manipulados tem a sua importância mas não fixarão exclusivamente a atenção do artista. Sobretudo, porque, para ele, esses materiais são “pretextos” *ao alcance da mão* para uma posterior cosmética sobre as suas formas. Mediante esta cosmética estes *materiais existem*, doravante, *em literalidade absoluta*³⁹ – aquilo que o autor gosta de apelidar “objectividade”. Estes materiais banais são transfigurados por uma *técnica diligente* que os dilata para uma dimensão de puro artifício e simulacro. Há, nesta cosmética, a inversão das habituais manifestações do *Kitsch* – utilização degradante de obras do passado numa função subrogatória; para vender outros produtos e objectos numa des-sublimação da arte. O alvo da pilhagem mimética, aqui, é o *Kitsch*. Esta operação, em alguns aspectos na continuidade com o filão anestésico do *ready-made* duchampiano e da *Pop* e *Minimal* americanas, permitiu ao autor uma obra alicerçada nos princípios da reduplicação ou simulação intrínsecos aos modelos da realidade quotidiana.

Sabemos bem o papel ambivalente da banalidade na arte seja enquanto *objecto por exposição* seja mesmo como *instrumento artístico de*

³⁹ Michael Fried “Art and Objecthood” in Gregory Battcock (ed) *Art Minimal*.

*rivalidade*⁴⁰. Interrogado, em 1984, a propósito do diálogo estabelecido pela sua pintura com os *mass media* – tal como a fotografia e a publicidade – Gerhard Richter respondeu a Wolfgang Pehnt:

“When I painted from those banal, everyday photographs, I was really trying to bring out the quality – i.e. the message – of those photographs, and to show what gets overlooked, by definition, whenever we look at small photographs. People don’t look on them as art; but as soon as they are transposed into art they take on a dignity of their own, and people take note of them. That was the trick, the concern I had in using those photographs.”⁴¹

Eventualmente terá sido pela mesma razão que o *Kitsch* ou o banal são valorizados na obra de Koons. Não queremos dizer, no entanto, que haja uma afinidade entre Koons e Richter quanto às estratégias e objectivos respectivos. O que há neles de comum detém-se no seguinte: o interesse pelo banal, por imagens *já carregadas* afectiva e pulsionalmente quer pela sua banalização nos *mass-media* quer pela codificação extrema das mesmas em todo o tipo de representação da existência quotidiana. É que o banal em Koons é, senão hilariante, pelo menos *convivial*. Envolve o espectador no objecto; leva-o ao paroxismo.

O tema recorrente da obra de Koons é, na realidade, o desejo; aquele que é absorvido pelos objectos ou se investe neles. O desejo que moldando os objectos, representa o desejo das pessoas e que, por seu turno, as molda e representa. Ou seja: interessa-lhe os modos pelos quais o desejo é *encenado* pelos *mass media*. Razão pela qual os objectos de consumo seriam sempre os objectos da decepção ou do assédio ao desejo e nunca os meios da sua satisfação.

A própria pornografia funciona desse modo. Aos observadores cabe-lhes a passividade ou o *voyeurismo*. Nas palavras de Koons, estes objectos *absorveriam* o desejo e, portanto, não o *reflectiriam* como fariam as suas obras. Mas como consegue ele evitar que o desejo não seja absorvido? O objecto produzido, recriação de um outro semelhante no quotidiano, por ser uma simulação, uma réplica, torna-se espelho, superfície de devolução do desejo, superfície sobre a qual o observador se vê a si próprio ou se se vê *visto pelo* objecto. O objecto *vigia* o sujeito. Prestando-se à metamorfose eminente em sujeito assinala também a do próprio sujeito em objecto realizando assim a dissolução de sujeito e objecto enquanto termos ontologicamente opostos. “The New” ostenta esta reversibilidade e interpenetrabilidade mútua. “Made in Heaven”, também; aí, a pornografia vem negar a intimidade da vida erótica; a não-identidade

⁴⁰ A rivalidade como uma produção paródica que usa os mesmos efeitos por intermédio de princípios opostos.

⁴¹ Gerhard Richter *The Daily Practice of Painting – Writings 1962-1993* “Interview with Wolfgang Pehnt 1984”: 117.

dos seus gostos e fantasias eróticas vem operar a equivalência entre consumidores de pornografia e amadores da arte, entre a indústria do sexo e a arte.

Trata-se de se explorar a si próprio tal qual, de aceitar o desafio de se expor e *encandear* como tautologia ou rosto. Ele não representa um modelo (não está *por* nem *para* outra coisa); é o que é *mais enaltecido*; uma celebridade. Libertação e suplício, alegria e dor indistinguem-se. Ao investir-se na figura “Cicciolina”, a sua paixão, os seus gostos deixaram de ser pertença exclusiva do segredo da sua intimidade -- divulgando-os publicamente, equivale *fait-divers* e arte -- ou de serem revelações graduais de um amante ao seu amado. Se a relação amorosa pertence ao tipo de relação simbólica, então Koons e Cicciolina, mesmo simulando os passos de um banal noivado e lua-de-mel, reviraram a sua relação para o exterior como facto de “comemoração” colectiva. O «caso» ao extravasar as fronteiras territoriais da família doméstica fez com que as práticas conjugais se tornassem em modelos de consumo para serem investidos existencialmente. A eleição afectiva ou amorosa torna-se idêntica à perseguição, neste caso, de Cicciolina, numa relação próxima à de um fã. O objecto de afecto do fã é colectivo, social. Engrena um processo de identificação. A sua proximidade com a celebridade faz-se por meio de poses e imagens e comportamentos; através de signos. O caso Koons & Cicciolina expressa a penetração da troca no mundo da intimidade e da conjugalidade; a simulação da intimidade conjugal -- decorrente da pulverização do íntimo no público em modelos para consumo -- transforma-se em transferência apropriativa, por parte do artista, de objectos colectivos do desejo, do afecto.

Existe uma componente afectiva que justificará a simpatia de Koons pela banalidade. É talvez essa componente o móbil fundamental da sua estratégia que o salva de cair no *Kitsch*. Sobretudo, em “Made in Heaven”. Neste tabuleiro também ele vai encontrar os *mass media*. As palavras de Bragança de Miranda:

“A afecção em geral é a matéria-prima com que trabalha o universo maquínico dos *media*.”⁴²

Os *media* seriam os mediadores do espaço interior que ao desdobrá-lo, o tornariam exterior, liso, sem profundidade. Como *ecrans* de inscrição daquele os *media* (inclusivé a arte) suspendem a individuação: tornam visível uma singularidade. Extraem os afectos e as pulsões dos acontecimentos. Basta haver, diz Bragança de Miranda, uma figura forte -- uma celebridade, por exemplo -- para realinhar os afectos e as pulsões. Ela, por seu turno, garantiria a nossa fixação ao campo gravitacional dos ‘nossos’ desejos; viria “substituir a razão por desejo”.

⁴² Prefácio a J. G. Ballard *Crash*: 12.

Gilles Deleuze alude a duas condições de possibilidade do afecto: uma superfície reflectora e micro-movimentos intensos, expressivos. Quando estas condições são satisfeitas qualquer coisa foi transformada em rosto; em plano de reflexão. O afecto não existe independentemente de alguma coisa que o exprime apesar de poder dela distinguir-se⁴³. A afeição acontece entre uma percepção e uma acção; marca a coincidência de sujeito e objecto numa qualidade pura. Jorra daqueles movimentos exteriores que não foram transformados em actos e/ou objectos de percepção de um sujeito. O sujeito, imóvel, absorvido entre uma percepção intrigante e uma acção hesitante⁴⁴, é varrido por um movimento de expressão.

A pintura figurativa tradicional atribuía também aos movimentos dos corpos e às expressões do rosto uma importância imensa tanto quanto à história e à acção narradas. Os movimentos dos rostos – com frequência, considerados como os “espelhos das almas”⁴⁵ – e dos corpos das figuras representadas reflectiam, no exterior, as diversas paixões. Uma escala de emoções e sentimentos compreendida entre (a) a admiração e (b) o desejo; entre (a) um mínimo de movimento para um máximo de unidade reflectora e reflectida sobre o rosto entre a imobilidade e a mobilidade e (b) incluindo pequenas solicitações ou impulsos que se exprimem no rosto. Para Le Brun “expressão” é um termo ambivalente: é um movimento aparente de paixões sob o rosto mas é também a prescrição das regras que o pintor devia respeitar para as imitar.

Contudo, a essa ideia de expressão passou a estar associada uma outra: a de auto-expressão de um sujeito. Ficou associada a um sujeito monádico e a referir-se a uma psicopatologia⁴⁶: em suma, à modernidade.

⁴³ A qualidade e a potência podem ser consideradas enquanto encamadas, actualizadas em estados de coisas (imagem-acção). O estado de coisas comporta um espaço-tempo determinado: coordenadas espacio-temporais; conexões reais entre objectos e pessoas. Todavia o que distingue a imagem-afeição da imagem-acção é a abstractização dos acontecimentos e das causas, de um estado de coisas existente, de modo a extrair deles os afectos.

⁴⁴ “Elle surgit dans le centre d'indetermination, c'est-à-dire dans le sujet, entre une perception troublante à certains égards et une action hésitante. Elle est une coincidence du sujet et de l'objet, ou la façon dont le sujet se perçoit lui-même, ou plutôt s'éprouve ou se ressent «du dedans» (troisième aspect matériel de la subjectivité). Elle rapporte le mouvement à une «qualité» comme état vécu (adjectif).” Gilles Deleuze *L'Image-Mouvement*: 96.

⁴⁵ O rosto falaria nos traços do homem físico-psicológico. Entre os séculos XVI e XIX intensifica-se a atenção dada à expressão individual – aos movimentos dos seus traços e olhar. Lembremos a proliferação dos estudos fisionómicos, dos manuais de civilidade e os tratados de conversação. O rosto é ambivalente: ora traduz, transparece, ora dissimula o íntimo de um sujeito. O domínio do rosto está inscrito numa história psicológica, social e política. Desde o Renascimento, o domínio do rosto, constitutivo do íntimo, participa da construção de uma sociedade civil prefiguradoras de certas formas de cidadania política (cf. Jean-Jacques Courtine e Claudine Haroche *Histoire du Visage*, Rivages, 1988 ou David Le Breton *Des Visages*. Metailié, 1992).

⁴⁶ O conceito de auto-expressão veio pressupor duas coisas: 1) a projecção, a exteriorização do mundo interior, psicológico do autor – concebido como mónada; e, decorrente do ponto anterior; 2) a obra considerada como a transmissão, imediata, de um conteúdo; a obra equivaleria ao rosto transparente do autor. As duas ideias de expressão, na sua diferença, pressupunham o trabalho dos materiais artísticos de acordo com os efeitos desejados; representação, identificação, projecção etc. Ambas

Não admira, pois, que o enfraquecimento do afecto, das paixões e das emoções na arte contemporânea seja visto como uma das características da pós-modernidade⁴⁷ desde Magritte e Andy Warhol. À dilatação moderna dos limites da esfera da sensibilidade, para além dos limites tradicionais do belo e do sublime, teria sucedido um momento de subtracção e anulação do corpo, do sentir interior ou pessoal activo e teríamos passado para uma situação de não pertença dos actos ao agente – operando-se uma passagem dos actos pessoais aos eventos impessoais. Foi a *Pop* americana a encetar a crítica à separação entre a natureza da sensibilidade do artista e a do homem comum mediante a despersonalização artística. Foi ela quem se libertou do mito da obra ser a espontânea e a directa expressão das vivências do seu produtor. O Expressionismo e o Surrealismo ainda partilhavam com o Romantismo a concepção da sensibilidade do artista como a faculdade de fronteira entre a realidade quotidiana e o mundo indizível, do anormal, do angustiante e do inconfessável. A crítica da *Pop* é a crítica da crítica – a da resistência à alienação radical; ao drama da alienação, ao trágico da identidade. A fragmentação da representação é concomitante à do sujeito. Este liberta-se do drama da auto-expressão que exigia uma separação entre o ‘eu’ e o ‘mundo’, entre interior e exterior. O sujeito torna-se uma superfície de reflexão, uma dobra. Os afectos circulariam à mesma na arte contemporânea apenas seriam de natureza diferente: impessoais. A concepção do afecto em Deleuze aproxima-se desta concepção “pós-moderna” do afecto.

Quando as duas condições constitutivas do afecto são satisfeitas pode, então, ter lugar a desterritorialização, a mudança absoluta que, cortando as coordenadas espaço-temporais de um objecto ou coisa, o transforma numa entidade: o *dividual*. O *dividual* uniria directamente a reflexão colectiva às emoções particulares de cada indivíduo por intermédio da suspensão da individuação. Os afectos superam a dualidade entre individual e colectivo. Tendem para exprimir uma qualidade pura comum a vários objectos de natureza diferente ou para exprimir uma passagem de uma qualidade para outra, uma intensidade ou potência pura. Os afectos nada têm a ver com propriedades, ‘predicados’ incarnados ou actualizados em estados de coisas⁴⁸. Portanto, nada têm a ver com a

consideram a faculdade de a imagem mobilizar as emoções. Assim, o processo artístico seria, na origem, expressão de uma emoção e, no fim, gerador de emoções.

⁴⁷ Frederic Jameson, “The Postmodernism, Or, The Cultural Logic of Late Capitalism” (1984); 1º capítulo do seu *Postmodernism, Or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. A “morte do afecto” é para Jameson sinónimo de mercantilização e transformação das pessoas nas suas imagens.

O descentramento do sujeito acompanha inevitavelmente a reconfiguração da própria auto-representação; esta já não pode mais ser o lugar do extravasamento das paixões pessoais do autor.

⁴⁸ Um estado de coisas alicerça-se num espaço-tempo determinado, em coordenadas espacio-temporais, em objectos e pessoas, em conexões reais entre todos estes dados.

paixão ou acção, a sensação, a emoção ou pulsão numa pessoa. O afecto é o rosto abstraído da pessoa a que ele pertence no estado de coisas⁴⁹. Contudo, qualquer objecto pode efectivamente ser tratado como rosto ou ser-lhe configurado um rosto.

Na abertura para a “virtualidade do exterior”, qualquer objecto ou pessoa, transformado em rosto, é por si mesmo e em si mesmo: indivisível. Enquanto singularidade pode estabelecer conjunções virtuais com outros afectos, sem mudar de natureza. A abertura ao puro possível é determinada pela independência do afecto de um dado espaço-tempo; embora, o afecto seja criado numa história que o produz como exprimido e expressão de um tempo ou de um espaço, de uma época ou de um meio. A sua matéria, a sua substância é o desejo e o espanto. Resta a modulação, a criação de um “atractor”.

Creemos que a nossa expressão *exposição da exposição* tem pontos de contacto com aspectos relativos à imagem-afecto. Da mesma maneira que a imagem-afecto, a *exposição da exposição* abstractiza a partir de uma descontextualização e re-encenação. A apropriação, por si, introduz uma fissura no real. As coisas da arte, nos finais do século XX, não vêm apenas adicionar-se ao mundo como criações ou como partes integrantes de uma recomposição; elas são, por preferência, retiradas dele ou duplicadas tal qual. O mundo da arte associa-se ao mundo quotidiano⁵⁰ ou se associa às obras do passado que retornam sob o *pastiche*. São sujeitas a uma encenação pura. A encenação deforma, não no sentido de uma incomum desfiguração, mas no sentido de ela ser a colocação em forma de algo existente. Ela compreende a manipulação de meios; a luz, a embalagem, o ângulo em que as coisas devem aparecer. É decidido o que deve ser posto em frente e atrás; o que deve ser colocado dentro e o que deve ficar fora de cena. Isto aplica-se, também, quando Koons decide com os seus artesãos quais os aspectos a serem amplificados nas *matrizes* das suas peças escultóricas. Através de uma nova encenação do objecto quotidiano, enquanto mercadoria e obra de arte – a qual incide sobre os dispositivos e os meios da própria encenação – Koons actua como o mero figurante de

⁴⁹ Logo, falar de afecto é o mesmo que pensar na pulverização da tripla função de um rosto no ‘real’: 1) individuante porque distingue, caracteriza; 2) socializante, manifesta um papel social; 3) relacional ou comunicante, ao assegurar a comunicação entre duas pessoas e na mesma pessoa estabelecendo o acordo entre o carácter e papel.

⁵⁰ Pode ter um sentido político a estetização da vida quotidiana, Allan McCollum afirma o que Koons não pára de afirmar, laconicamente, o acto político que é a sua obra: “Art is clearly used as a means of exclusion in the sense that a class consolidates its identity by developing certain aesthetic values and collecting certain types of objects... Even the museum, ostensibly a public institution, is a powerful instrument of exclusion, one whose pernicious dominance in governing the general reception of art I attempt to defy by trying to produce more art work than most museums have in their inventory. I address the commercial gallery in a similar way by reducing the artwork to a sign of itself: a sign not only as an object-in-the-world, but also as a particular kind of commodity.” (excerto da entrevista citada em *Art & Design*, 1989)

um processo em que o objecto se manifesta como rosto. A arte contemporânea, jogando na sua própria “desaparição”, interfere, não é só divisão-intervalo ou mundo paralelo, na textura de um mundo hiper-realizado. Restitui a ilusão, arrancando o mesmo ao mesmo, joga a sedução – parafraseando Baudrillard no final de *Estratégias Fatais*.

Acontecia já nos filmes de Andy Warhol a reduplicação da exposição (sobre-exposição): aí, as pessoas já não se comportavam na pele de outros; eram convidadas a serem os simples actores da sua própria interioridade; a serem os duplicadores de si mesmos face ao registo neutro da máquina. A percepção de si por si constitui a imagem-afeição. Os indivíduos estão ali, conservados na película, presos numa eternidade cíclica na qual o tempo registado coincide com o tempo de projecção do filme. O que os convidados de Warhol têm de fazer é: agirem. Não têm de fazer nada de especial. Têm unicamente de se assumirem e suportarem aquilo que são. As suas acções não têm outro fim senão o de emprestarem os seus corpos a si mesmos. O empréstimo do corpo de um actor, as acções de um actor visam efectuar uma representação. Trata-se, então, de um corpo que é objecto de uma produção e de uma acção. As pessoas de Warhol, pelo contrário, são meros figurantes, em primeiro plano, que exercem o prazer de serem *imagens vivas*. No seu narcisismo, elas procuraram o prazer para si mesmas e para os outros, viradas para o olho automático de uma câmara.

Um dispositivo semelhante é colocado em movimento, por Koons, fazendo consigo ou com Cicciolina, o que faz com os objectos. Esta é transformada num corpo de orifícios, um corpo penetrável em que foi dissolvida, com despudor ostensivo, a fronteira simbólica entre exterior e interior. A conjunção erótica, os jogos de olhares com o espectador, a encenação exacerbada da cópula, torna-se uma metáfora da fusão entre sujeito e objecto que acontece nos *mass-media*.

“Made in Heaven” reproduz, por isso representa, a auto-fascinação mediática. Opera a mercantilização dos corpos. Mais do que representar ou documentar cenas de sexo; mais do que objectualizar as imagens, trata-se de dramatizar o sexo até ao ridículo. Conduzi-lo ao pueril. A expressão de prazer de Cicciolina, os olhares e sorrisos insolentes do casal, as suas poses estudadas para o espectador são, progressivamente, amplificadas e exageradas. Movimentos que se explicam pela vertigem de ser-se a possível armadilha do outro, o espectador. Domina uma tensão ambígua entre o plano e a profundidade nos espaços das cenas representadas. É encenada a tensão entre a imobilidade e o excesso de movimento – quando o casal *toma a pose*. Ao nível dos enquadramentos, o estatismo *voyeurista* oscila com a fragmentação ou dinamismo *paroxístico*. Os jogos

de aparência, a maquilhagem, vestuário, a intertextualidade das imagens de “Made in Heaven” participam de uma combinatória e comutação que atinge as figuras encenadas. A aparência, a metamorfose é uma questão de modificação de fundos. A artificialidade dos fundos mostra a estratégia reflexiva da representação. Os corpos circulam entre todas as imagens e assumem diferentes funções. Tais como as imagens, os corpos deixam de remeter para além de si mesmos. Os grandes-planos sobre os dois corpos, sobre as suas partes retesadas mostram mais do que uma ampliação; eles são, em simultâneo, factores de abstractização e de disjunção mútua dos corpos e dos espaços – dos corpos em relação aos espaços e de cada corpo em relação a si próprio. O afecto retalha o espaço e destaca o rosto.

A exibição de imagens de penetração sexual e de órgãos genitais não apenas os mostra como os lugares e os momentos de um comércio com o outro como os exhibe como operadores de uma metamorfose afectiva. Revela-os como superfícies-rostos⁵¹ que nos vigiam e nos confrontam. A fragmentação e o *close-up* aos órgãos genitais, penetrados e/ou friccionados, anula o espaço profundo. Produz um espaço exíguo entre os corpos. Faz desdobrar os dois corpos num só, numa única superfície que continua para além do enquadramento da imagem. Faz perder a individualidade e a homogeneidade dos dois corpos ao transformá-los num espaço-qualquer. Produz um espaço tátil. O espectador é perspectivado no meio dos dois corpos, como se fosse imaterial (o ponto de vista) ou um corpo intersticial. O corpo de Ciccilina, os seus orifícios, são pólos ou superfícies receptivas que fazem brilhar o esperma, os fluidos. Os brilhos, os orifícios são pontos de fuga. Os próprios fundos rivalizam com o primeiro plano formado pelas figuras (“Glass Dildo” é um exemplo).

As qualidades-potências detectáveis em “Made in Heaven” -- o tumescente, o penetrante, o brilhante e o estridente -- são comuns às pinturas e às esculturas, aos cães e às flores que reflectem o afecto do *voyeur* e dos amantes. São objecto de preocupação desde “The New” até “Puppy”.

Jeff Koons descende de Warhol (*Brillo Box*) e, logicamente, de Duchamp, o criador do *ready-made* e o coleccionador do seu próprio trabalho ao reproduzir, miniaturizando, a sua obra na “Box in a Valise”, uma espécie de museu portátil. Também Koons é reprodutor, produtor de réplicas ou cópias servindo-se de artesãos especializados. À semelhança de Duchamp, ele usa técnicas artesanais, arcaicas, por comparação às modernas potencialidades técnicas. É seguidor de Warhol nas tentativas

⁵¹ Deleuze afirma: “Et pourquoi une partie de corps, menton, estomac ou ventre, serait-elle plus partielle, plus spatio-temporelle et moins expressive qu'un trait de visagité intensif ou un visage entier réflexif?”

deste em aproximar a arte do mundo mundano e comercial. Mas, ao contrário de Warhol, Koons vai seleccionar um único tipo de imagens mediáticas. Ele escolhe aquelas que representam o lado fantástico, frívolo e infantil.

Na segunda metade dos anos oitenta a relação de cumplicidade da arte com o comércio foi uma constante na cena americana. As práticas de apropriação, – os posters da Nike – nas suas mãos, transformaram-se em instrumentos de especulação e de mais-valia. As suas apropriações de imagens *Kitsch* não assumem, apenas, as consequências de derrocada da cultura elevada que viria implicar a frequente utilização de uma arte mais *Popular*. A utilização dessa cultura é forçosa na medida em que ele pretende uma arte mais comunicativa, mais directa. O *Kitsch* corresponderia a esse propósito. Se a apropriação do *Kitsch* por Koons tem o valor sintomático de pós-modernidade tem, ainda, por outro ponto de vista, o valor de «atitude radical» cujo sentido iria para o *empurrar* para o museu, para o espaço sagrado da arte moderna, as produções *Populares* ou baixas, outrora, renegadas por estarem, em demasia, envolvidas com a mercantilização da sensibilidade e do desejo. Trata-se de empurrar para o seu interior, por força das circunstâncias – a de uma estetização generalizada – e de uma lógica de exaustão da vanguarda. Em pleno pós-moderno, esta assunção tem um duplo sentido: 1) a junção ou coincidência dos dois termos é o sinal de derrocada da dialéctica que os articulava como opostos no modernismo; 2) um sentido que revela a natureza do pós-moderno como esvaziamento de sentido e da referência dos dois termos. A re-criação de objectos diversos em aço, um material que simula o brilho e as conotações de objecto de luxo, vem expôr o desejo mobilizado nos objectos de consumo. A homogeneização simbólica e visual proporcionada pelo aço veio pôr em circulação, correctivamente, o ideal de acessibilidade dos objectos luxuosos, de todos os objectos ou, por metonímia, da cultura, numa sociedade de consumo. Se, nesta sociedade, a esperança ou o incentivo à mobilidade social é um dos seus pilares «democráticos», então, a homogeneização material e visual dos objectos, da sua diferença incorporada, é não apenas a sua visualização mas até a sua realização. Se o aço está associado a objectos industriais, produzidos em massa, de baixo preço, objectos funcionais para o quotidiano, então a sua apropriação por meio de réplicas de objectos diversos – no que diz respeito às conotações de classe dos mesmos – só pode ter o sentido de que o apagamento das suas diferenças é uma ilusão *encenada do e para o interior da cultura*. Do interior da cultura, os propósitos de Koons são os da reprodução da *Popularidade* desta ideia de des-hierarquização dos gostos e dos critérios através da banalidade. A banalidade assumiu a pretensão de vanguarda já que esta fracassou. *A banalidade foi coroada*. A ilusão

irradia do impacto provocado pela descontextualização do material industrial para o domínio da arte. A utilização não se assemelha à operada pelo Minimalismo. O aço, pelo facto de formar ou enformar objectos díspares por relação à sua posição numa escala do gosto, conduz-nos ao pensamento de que o gesto simbólico de apagamento das diferenças sociais incorporadas *nos* e *pelos* objectos quotidianos, serve o propósito de afirmação do poder da arte – o de esta poder dar cinicamente em espectáculo e imagem esta ilusão democrática. Assim, as vitrines para os aspiradores são os signos do feiticismo ou do culto das mercadorias, da mitologização dos objectos quotidianos; satisfazem tão mais o desejo de ver o objecto quanto mais o seu objecto se torna inacessível ou inútil; quanto mais se *barra* o toque do objecto transformando-o num fetiche. As vitrines e as luzes encenam o objecto como imagem e mito, expondo-o como *estimulador* do desejo de posse cujo objecto, no entanto, deve ficar inacessível e inútil. O isolar ou remover um objecto quotidiano é torná-lo, mesmo que este esteja em perfeito estado de funcionamento, *fora do uso*, para sempre novo. É um *rapto* que consiste na exposição da sua metamorfose em pura troca-signo cujo *resgate* consiste na estimulação do seu valor especulativo. Os aspiradores de Koons são objectos quotidianos; não, a sua representação factual e objectiva como era habitual na *Pop*. O objecto quotidiano é transformado em sua própria imagem, ele é o seu próprio modelo – uma estratégia do simulacro – e não é a imagem de uma outra imagem que vem povoar ou idealizar este objecto. A obsessão pelo limpo, pelo bem elaborado, o bem acabado marcam as suas obras. As superfícies dos objectos são luzidias, polidas como se os objectos tivessem sido retirados para o mundo destituídos dos seus traços de construção e de fabrico; isto é, *perfeitos*, feitos no céu. É a reificação no sentido que Frederic Jamenson se refere na conclusão do seu *The Logic of Late Capitalism*.

A estratégia de Koons é diferente da de Warhol. Ele não faz como Warhol que, nas suas telas, pela repetição das imagens, destruiu os temas, a sua referencialidade, os seus significados de maneira a produzir uma situação equivalente à de um dispositivo assassino dos objectos da sociedade de consumo. Ele, Koons, prefere centrar-se na exposição de dispositivos que encenam os aspectos simbólicos-afectivos investidos no objecto e que o mostrem como um *captor* de desejo e não como um “buraco negro” dos desejos. O que ele fez aos objectos fez consigo próprio. Usa os *media* como dispositivos de exposição de si e de Cicciolina; usa os dispositivos publicitários para *mediar* a imagem e obra comentando, neles, o seu trajecto artístico. A diferença por relação a Andy Warhol pode residir numa linha ténue mas, talvez, importante: enquanto um vê ironica e melancolicamente a sua ânsia de fama -- chegando ao ponto de ver a celebridade como uma não-diferença -- o outro parece ver nesta uma

chance fusional, alegoricamente dada pela sua união com Cicciolina. No seu contexto histórico, a estratégia de Warhol, ainda, pôde significar alguma “crítica” ou sátira. Pelo menos, ela possuía uma significação de iconofilia iconoclasta, apesar de o sentido da obra de Andy já apontar para uma indiferença, para uma situação em que as diferenças categoriais entre o degradado e o elevado, o nobre e o ignóbil se *mostram* confundidas. Delas se faz, Jeff Koons, herdeiro directo e mestre de cerimónia.

Bibliografia:

- ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max
Dialectic Of Enlightenment (1944)
London, Verso Edition, 1995.
- AGAMBEN, Giorgio *A Comunidade Que Vem* (1990)
Lisboa, Editorial Presença, 1993
Moyens sans Fins -- Notes sur la Politique
Paris, Editions Payot & Rivages, 1995
- AGUIAR e SILVA, Vítor Manuel e
Teoria da Literatura (8ª edição)
Coimbra, Livraria Almedina, 1993
- ARGAN, Giulio Carlo *Arte e Crítica de Arte*
Lisboa, Estampa, 1988
Arte Moderna (1988)
S. Paulo, Companhia das Letras, 1993
- ARTAUD, Antonin *O Teatro e o seu Duplo*
Lisboa, Fenda, 1989
- BABO, Maria Augusta *A Escrita do Livro*
Lisboa, Vega, 1993
- BARTHES, Roland *O Óbvio e o Obtuso* (1982)
Lisboa, Edições 70, 1984
Mitologias (1957)
Lisboa, Círculo de Leitores, 1987
O Rumor da Língua (1984)
Lisboa, Edições 70, 1987
Sade, Fourier, Loyola (1971)
Lisboa, Edições 70, 1979
- BATAILLE, George *A Mutilação Sacrificial e a Orelha de Van Gogh*
Lisboa, Hiena, 1994
O Erotismo (3ª ed.) (1957)
Lisboa, Edições Antígona, 1988
La Part Maudite
Paris, Minuit, 1967
- BATTCOCK, Gregory (ed)
Minimal Art: A Critical Anthology
New York, E.P. Dutton, 1973
- BAUDELAIRE, Charles
O pintor da Vida Moderna
Lisboa, Vega, 1993

- BAUDRILLARD, Jean *A Sociedade de Consumo* (s/d)
Lisboa, Edições 70, 1991
Estratégias Fatais (1990)
Lisboa, Estampa, 1991.
Para uma Crítica da Economia Política do Signo
(1972)
Da Sedução (1979)
S. Paulo, Papirus Editores, 1991
Lisboa, Edições 70, 1981.
Simulacros e Simulação (1981)
Lisboa, Relógio D'Água, 1991
- BENJAMIN, Andrew *Object-Painting*
London, Academy Editions, 1994
- BENJAMIN, Walter *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*
Lisboa, Relógio D'Água, 1992
The Origin Of German Tragic Drama (1963)
London/New York, Verso, 1990
- BLANCHOT, Maurice *O Livro Por Vir* (1959)
Lisboa, Relógio D'Água, 1984
- BITTI, Pio Ricci; ZANI, Bruna
A Comunicação como Processo Social
Lisboa, Estampa, 1993
- BOLTON, Richard *Culture Wars – Documents from the Recent
Controversies in the Arts*
New York, New Press, 1992
- BOURDIEU, Pierre *Un Art Moyen* (1965)
Paris, Minuit, 1993
La Distinction
Paris, Minuit, 1979
- BRETON, David Le *Des Visages*
Paris, Métailié, 1992
- BRUNETTE, Peter; WILLIS, David (ed)
*Deconstruction And The Visual Arts – Art, Media,
Architecture*
Cambridge, Cambridge University Press, 1994
- BUCHLOH, Benjamin "L'Art Unidimensionnel D'Andy Warhol 1956-1966"
in *Andy Warhol Retrospective*
Paris, Centre Georges Pompidou, 1990
- BURGER, Peter *Teoria da Vanguarda* (s./d.)
Lisboa, Vega, 1993
- BURKE, Edmund *Uma Investigação Filosófica sobre a Origem de
Nossas Ideias do Sublime e do Belo* (1757)
S. Paulo, Papirus, 1993

- BURROUGHS, William
A Revolução Electrónica
Lisboa, Vega, 1994
- CALABRESE, Omar
Cómo se Lee una Obra de Arte
Madrid, Catedra, 1994
- CALLOIS, Roger
Obliques précédé de *Images, Images...*
Paris, Gallimard, 1987
Les Jeux et les Hommes
Paris, Gallimard, 1958
- COMPAGNON, Antoine
Les Cinq Paradoxes de la Modernité
Paris, Seuil, 1990
- CONNERTON, Paul
Como as Sociedades Recordam (1989)
Oeiras, Celta, 1993
- COURTINE, Jean-Jacques; HAROCHE, Claudine
Histoire du Visage – XVI - début XIX siècle
Paris, Rivages, 1988
- CRUZ, Maria Teresa
Designação dos Limites – O Trabalho do Nome na Constituição da Obra de Arte Moderna
(tese mestrado-UNL-FCSH, 1989)
- CERTEAU, Michel de
L’Invention du Quotidien – 1. arts de faire (1980)
Paris, Gallimard, 1990
- CRIMP, Douglas
On The Museum’s Ruins
Massachusetts, MIT Press, 1993
- DANTO, Arthur C.
The Transfiguration Of The Commonplace (1981)
London, Harvard University Press, 1994
L’Assujettissement Philosophique de L’Art (1986)
Paris, Seuil, 1993
- DEBORD, Guy
A Sociedade do Espectáculo (s/d)
Lisboa, Mobilis in Mobile, 1991
Comentários sobre a Sociedade do Espectáculo
(Prefácio à 4ª edição italiana de “A Sociedade do Espectáculo”)
Lisboa, Mobilis in mobile, 1995
- DEBRAY, Régis
Vie et Mort de l’Image
Paris, Gallimard, 1992
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix
Qu’est-ce que la Philosophie?
Paris, Editions de Minuit, 1991
Cinema 1 – L’Image-Mouvement
Paris, Minuit, 1983

- Milles Plateaux*
Paris, Editions de Minuit, 1980
O Anti-Édipo (1972)
Lisboa, Assírio & Alvim, s/d. (re-impresso 1996)
A Dobra – Leibniz e o Barroco (1988)
S. Paulo, Papirus, 1991
Pourparlers (1972-1990)
Paris, Minuit, 1990
- DERRIDA, Jacques; STIEGLER, Bernard
*Échographies de la télévision –
Entretiens Filmés*
Paris, Galilée/INA, 1996
*The Archeology Of The Frivolous – reading
Condillac* (1973)
Nebraska, University Of Nebraska Press, 1980
- DIDI-HUBERMAN, Georges
Devant l'Image
Paris, Minuit, 1990
Ce Que Nous Voyons, Ce Qui Nous Regarde
Paris, Minuit, 1992
- DUBOIS, Philippe
O Acto Fotográfico
Lisboa, Vega, 1992
- DUFRENNE, Mikel
Esthétique et Philosophie I, II
Paris, Klincksieck, 1976
- DUVE, Thierry de
*Au Nom de l'Art – Pour une Archéologie de la
Modernité*
Paris, Minuit, 1989
*Cousus de Fil d'Or – Beuys, Warhol, Klein,
Duchamp*
Dijon, Art Édition, 1990
- DUVE, Thierry de (ed.) *The Definitively Unfinished Marcel Duchamp*
Massachusetts, The MIT Press, 1991
- ECO, Umberto
Apocalípticos e Integrados
S. Paulo, Editora Perspectiva, s/d. (?)
Sobre os Espelhos e outros ensaios (1985)
Lisboa, Difel, 1989
- ELIOT, T. S.
Notas para uma Definição de Cultura
Lisboa, Século XXI, 1996
- EAGLETON, Terry
A Ideologia da Estética (1990)
Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1993

- FERRY, Luc *Homo Aestheticus – L’Invention du Goût à l’Âge Démocratique*
Paris, Grasset, 1990
- FISK, John *Understanding Popular Culture* (1989)
London/New York, Routledge, 1994
Introdução ao Estudo da Comunicação (1990)
Porto, Edições Asa, 1993
- FLOCH, Jean-Marie *Semiótica, Marketing Y Comunicación – Bajo los Signos, las estrategias* (1991)
Barcelona, Ediciones Paidós, 1993
- FOSTER, Hal (ed.) *The Anti-Aesthetic – Essays on Postmodern Culture* (1983)
Washington, Bay Press, 1993
Recodings – Art, Spectacle, Cultural Politics
Washington, Bay Press, 1985
Compulsive Beauty
Massachusetts, MIT Press, 1993
- FOUCAULT, Michel *O que é um Autor?*
(registo de uma comunicação, 1969)
Lisboa, Vega, 1992
Ceci n’est pas une pipe (1973)
Paris, Fata Morgana, 1973
- FRASCINA, Francis (ed.) *Pollock and After – The Critical Debate*
London, Harper & Row, 1985
- GABLIK, Suzi *The Reenchantment of Art*
New York, Thames and Hudson, 1991
- GADAMER, Hans-Georg *La Actualidad de lo Belo* (1977)
Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, 1991
- GENETTE, Gérard *L’Oeuvre de l’Art – Immanence et transcendence*
Paris, Seuil, 1994
- GENETTE, Gérard (ed) *Esthétique et Poétique*
Paris, Seuil, 1992
- GIL, José *A Imagem-Nua e as Pequenas Percepções – Estética e Metafenomenologia*
Lisboa, Relógio D’Água, 1996
- GOMBRICH, E.H. *Para uma História Cultural* (1969)
Lisboa, Gradiva, 1994

- Topics of our Time*
London, Phaidon, 1991
Art & Illusion (1959)
London, Phaidon, 1991
Ideals & Idols – Essays on values in History and in Art (1979)
London, Phaidon, 1994
- GOODMAN, Nelson *Modos de Fazer Mundos* (1978)
Lisboa, Asa, 1995
- GRAMONT, Jérôme *Kant et la question de l'affectivité*
Paris, Vrin, 1996
- GRANGER, Gilles-Gaston
A Razão
Lisboa, Edições 70, 1985
- GREIMAS, A. J. / COURTÉS, J.
Dicionário de Semiótica (1979)
S. Paulo, Cultrix, 1989
- GIDDENS, Anthony *Modernidade e Identidade Pessoal* (1991)
Oeiras, Celta, 1994
- HALLEY, Peter *La Crise de la Géométrie et autres essais, 1981-1987* (1988)
Paris, (énsb-a), 1992
- HARRISON, Charles; WOOD, Paul (ed)
Art in Theory 1900-1990 – An Anthology of Changing Ideas (1992)
Oxford, Blackwell, 1994
- HUNT, Lynn (ed.) *The Invention Of Pornography – Obscenity And The Origins Of Modernity, 1500-1800*
New York, Zone Books, 1993
- HUTCHEON, Linda *Uma Teoria da Paródia* (1985)
Lisboa, Edições 70, 1989
- IRVING, Sandler *American Art of the 1960's*
New York, Harper & Row Publishers, 1988
- JAMESON, Frederic *PostModernism or, The Cultural Logic Of Late Capitalism* Durham, Duke University Press, 1991
- JANKÉLÉVITCH, Vladimir
L'Ironie
Paris, Flammarion, 1964

- JAUSS, H.R. *Pour une Esthétique de la Réception*
Paris, Gallimard, 1978
- JEUDI, Henri-Pierre *A Literatura como Provocação* (s/d)
Lisboa, Vega, 1993
- JIMÉNEZ, José *A Sociedade Transbordante*
Lisboa, Edições Século XXI, 1995
- JIMÉNEZ, José *Imágenes del Hombre – Fundamentos de estética* (1986)
Madrid, Tecnos, 1992
- JIMENEZ, Marc *Adorno et la Modernité – Vers Une Esthetique Negative* (1983)
Paris, Klincksieck, 1986
- JUDD, Donald *Écrits 1963-1990*
Paris, Galerie Lelong, 1991
- KABAKOV, Ilya *On The “Total” Installation*
Bona, Cantz, 1995
- KANT, Immanuel *Crítica da Faculdade do Juízo* (1790)
Lisboa, Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 1992
- KRAUSS, Rosalind E. *The Optical Unconscious*
London, MIT Press, 1994
- KIERKEGAARD, Soeren *Le Journal du Séducteur* (1843)
Paris, Gallimard, 1943
- LEE, Rensselaer W. *Ut Pictura Poesis – Humanisme & Théorie de la Peinture* (1967)
Paris, Macula, 1991
- LEACH, Edmund *Cultura e Comunicação* (1976)
Lisboa, Edições 70, 1992
- LONGIN *Du Sublime*
Paris, Rivages, 1991
- LYOTARD, Jean-François *Dérive à partir de Marx et Freud*
Paris, Union Générale d’Editions, 1973
O Inumano Lisboa, Estampa, 1989
Des dispositifs Pulsionnels (1973)
Paris, Galilée, 1994
A Condição Pós-Moderna
Lisboa, Gradiva, 1989
Que Peindre? – Adami, Arakawa, Buren
Paris, Editions de la Différence, 1987

- A Fenomenologia* (1954)
Lisboa, Edições 70, 1986
- LUKE, Timothy W. *Shows Of Force -- Power, Politics, and Ideology*
Durham and London, Duke University Press, 1992
- MALDINEY, Henri *Regard Parole Espace* (1993)
Lausanne, Editions L'Age d'Homme, 1994
- MAN, Paul de *A Resistência à Teoria* (1989)
Lisboa, Edições 70, 1989
Blindness & Insight -- Essays in the Rhetoric of Contemporary Criticism (2ª ed.) (1983)
London, Routledge, 1993
- MARCUSE, Herbert *A Dimensão Estética*
Lisboa, Edições 70, 1986 (1977)
- MARIN, Louis *Des Pouvoirs de L'Image*
Paris, Seuil, 1993
De La Representation
Paris, Seuil/Gallimard, 1994
- MARX, Karl *Manuscritos Económicos-Filosóficos* (1844)
Lisboa, Edições 70, 1989
- MCLUHAN, Marshall *Pour Comprendre Les Media -- Les Prolongements Technologiques de L'Homme* (1964)
Paris, Seuil, 1990
- MELVILLE, Stephen; READINGS, Bill *Vision And Textuality*
London, Macmillan, 1995
- MERLEAU-PONTY *O Olho e o Espírito* (1960)
Lisboa, Vega, 1992
- MIRANDA, José A. Bragança de *Análítica da Actualidade*
Lisboa, Vega, 1994
- MITCHELL, W.J.T. *Picture Theory -- Essays on Verbal and Visual*
Chicago, University Of Chicago Press, 1994
- MONTEIRO, Paulo Filipe *Os Outros da Arte*
Oeiras, Celta, 1997
- NIETZSCHE, Friedrich *El Nacimiento de la Tragedia* (1872)
Madrid, Alianza Editorial, 1973
- ORTEGA Y GASSET *La Deshumanización del Arte y otros ensayos de Estética* (1925)
Madrid, Espasa Calpe, 1987

- La Rebelión de las Masas* (1930)
Madrid, Espasa Calpe, 1993
- PANOFSKY, Erwin *Estudos de Iconologia -- temas humanísticos na Arte do Renascimento* (1939)
Lisboa, Estampa, 1986
- PAZ, Octavio *Convergences -- Essays on Art and Literature* (1979)
San Diego, HBJ, 1987
- Los Hijos Del Limo --Del Romanticismo a la Vanguardia* (1974)
Barcelona, Editorial Seix Barral, 1993
- PERNIOLA, Mario *A Chama Dupla -- Amor e Erotismo* (1993)
Lisboa, Assírio & Alvim, 1995
Do Sentir (1991)
Lisboa, Editorial Presença, 1993
Enigmas -- O momento Egípcio na Sociedade e na Arte (1990)
Lisboa, Bertrand, 1994
- RICHTER, Gerhard *The Daily Practice Of Painting -- writings and interviews 1962-1993*
London, Thames and Hudson e Anthony d'Offay Gallery, 1995
- RICOEUR, Paul *Temps et Récit III -- Le Temps Raconté*
Paris, Seuil, 1985
Do Texto à Acção -- Ensaio de Hermenêutica II (1986)
Porto, Rés, 1989
- ROCHLITZ, Rainer *Le Désenchantement de L'art -- La Philosophie de Walter Benjamin*
Paris, Gallimard, 1992
- RODRIGUES, Adriano Duarte *Estratégias da Comunicação -- Questão Comunicacional e Formas de Sociabilidade*
Lisboa, Editorial Presença, 1990
Comunicação e Cultura -- A Experiência Cultural na Era da Informação
Lisboa, Presença, 1994

- RUYTERS, Domeniek
 "Keith Haring/ Jeff Koons, the most recent
 Successors to Andy Warhol " in *KunstMuseum
 Journaal* -- vol. 4; nº3; 1992
- SARDUY, Severo
La Doublure
 Paris, Flammarion, 1981
- SEARLE, John R.
Os Actos de Fala (s./d.)
 Coimbra, Almedina, 1984
- SFEZ, Lucien
A Comunicação
 Lisboa, Instituto Piaget, 1991
A Crítica da Comunicação (1990)
 Lisboa, Instituto Piaget, 1994
- SCHAEFFER, Jean-Marie
*L'Art de l'Age Moderne – L'esthétique et la
 philosophie de l'art du xviii siècle à nos jours*
 Paris, Gallimard, 1992
- SCHAPIRO, Meyer
Style, Artiste et Société (1982)
 Paris, Gallimard, 1993
- SCHOLES, Robert
Protocolos de Leitura (1989)
 Lisboa, Ed. 70, 1991
- SHUSTERMAN, Richard
*L'Art à l'état Vif – la pensée pragmatiste et
 l'esthétique populaire*
 Paris, Minuit, 1992
- STEINER, George
Presenças Reais – As Artes do Sentido (1989)
 Lisboa, Editorial Presença, 1993
*No Castelo do Barba Azul – algumas notas para a
 redefinição da cultura* (1971)
 Lisboa, Relógio D'Água, 1992
- STILES, Kristine; SELZ, Peter
*Theories and Documents Of Contemporary Art – a
 sourcebook of artists' writing*
 Berkeley, University of California Press, 1996
- TAYLOR, Lucien (ed.)
*Visualizing Theory – Selected Essays From V.A.R.
 1990-1994*
 London/New York, Routledge, 1994
- TOURNIER, Michel
Fotografia
 Coimbra, Matilde Urbach, 1986.

- WAGNER, Richard *A Arte e a Revolução* (1849)
Lisboa, Antígona, 1990
- WALLIS, Brian (ed) *Art After Modernism: Rethinking Representation*
New York, The New Museum of Contemporary Art, 1984
- WILDE, Oscar *O Declínio da Pintura* (1889)
Lisboa, Vega, 1991
Intenções – Quatro Ensaios sobre Estética (1891)
Lisboa, Cotovia, 1993
- WITTKOWER, Rudolf *Escultura* (1968)
S. Paulo, Martins Fontes, 1989
- WOOD, Paul;FRASCINA, Francis
HARRIS, Jonathan; HARRISON, Charles
Modernism in Dispute – Art Since The Forties
London, Open University, 1994
- WOLFFLIN, Heinrich *Conceitos Fundamentais da História da Arte: o problema da evolução dos estilos na arte mais recente (2ª ed)* (1915)
S. Paulo, Martins Fontes, 1989
- WOLLHEIM, Richard *A Arte e os seus Objectos* (1980)
S. Paulo, Martins Fontes, 1993
- WEBER, Max *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo* (1930)
Lisboa, Presença, 1996
- VATTIMO, Gianni *As Aventuras da Diferença* (1980)
Lisboa, Edições 70, 1988
A Sociedade Transparente
Lisboa, Relógio D'Água, 1992 (1989)
- VIRILLIO, Paul *Guerre et Cinéma I – Logistique de la Perception* (1984)
Paris, Cahiers du Cinema, 1991
Esthétique de la Disparition (1980)
Paris, Galilée, 1989
Un Paysage d'Événements
Paris, Galilée, 1996

Catálogos:

- Jeff Koons* – San Francisco Museum Of Modern Art, 1992
Jeff Koons – Ed. Angelica Muthesius, Benedikt Tashen, 1992
Jeff Koons – Museum of Contemporary Art, Chicago, 1988

Modern Art And Popular Culture – Readings in High & Low (The Museum of Modern Art) New York, Harry N. Abrams, Inc. Publishers, 1990
Feminimasculin – Le Sexe de L’Art Paris, Centre Georges Pompidou, 1995

Entrevistas:

- 1986 “From Criticism to Complicity”, *Flash Art* 129, Verão, por Peter Nagy
“Jeff Koons: Unachievable States of Being” *Arts Magazine* 61
Outubro, por Jeanne Siegel
- 1987 “Interview with McCollum and Koons”, *Flash Art* 131,
Dezembro-Janeiro, por Daniela Salvoni
“Luxury and Degradation”, *Flash Art* 132, Fevereiro-Março, por
Giancarlo Politi
- 1989 “From Full Fathom Five”, *Parkett* 19
- 1990 “The Power of Seduction”, *Art & Design*
- 1992 “Jeff Koons”, *Art & Design*, por Matthew Collings
“Jeff Koons”, *Taschen*, por Jean Christophe Ammann
“Talking Art: Jeff Koons”, *Audio Arts Magazine* 10
por Adrian Searle (videocassete)

Revistas:

Revista de Comunicação e Linguagens:

nº 12/13 – «*A Experiência Estética*», Setembro 1990, org. Emídio
Rosa de Oliveira e Maria Teresa Cruz

nº 17/18 -- «*O Não-Verbal em Questão*», Janeiro 1993, org. Adriano
Duarte Rodrigues

nº 20 – «*Figuras*» Dezembro 1994, org. José Augusto Mourão

Revista da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas:

nº 9 – «*Identidade, Tradição e Memória*» (1996)

Artstudio:

nº 6 – “Art Minimal”, Outono 1987

nº 12 – “Spécial Jasper Johns”, Primavera, 1989

nº 15 -- "L'Art et les Mots", Inverno 1989

nº 16 -- "Monochromes", Primavera, 1990

nº 19 -- "L'Art et l'Objet", Inverno, 1990

ArtPress:

Spécial ArtPress 20 ans -- *L'Histoire Continue*, Hors-série, 1992

Art & Design:

"New York New Art", London, New York Academy Editions and St. Martin's Press, 1989

"New Art International" London, New York Academy Editions and St. Martin's Press, 1990

"Pop Art" London, New York Academy Editions and St. Martin's Press, 1992

