

JOGOS VISUAIS: A IRONIA NO OBJETO RECONFIGURADO PELA ARTE

NATÁLIA CARDOSO HAX¹; URSULA ROSA DA SILVA²

¹Universidade Federal de Pelotas - natyhax@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – ursula_ufpel@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

Por acreditar que o objeto de Arte pode unir elementos de universos distintos, busco a partir da ironia e da reflexão uma aproximação entre a sabedoria dos grandes pensadores e a astúcia popular de botequim, utilizando objetos familiares a cada grupo. A produção atual consiste basicamente na troca dos nomes de marcas conhecidas popularmente, por nomes de importantes pensadores (Figura 1), modifico completamente os rótulos, colocando enunciados, frases e pensamentos de determinados pensadores em garrafas de bebidas alcoólicas famosas. Assim estabeleço um jogo com o espectador ao mostrar garrafas de cervejas com rótulos muito semelhantes aos originais, porém com nomes de filósofos, pensadores, poetas, escritores, etc, ao invés da marca correspondente. Como em um 'jogo de sete erros', produzo para cada nova garrafa, um rótulo com pequenas diferenças, fazendo assim exemplares únicos, justamente o contrário do que é feito na produção da indústria.



Figura 1. Heidegger

Procuo, deste modo, questionar o valor e a função do objeto de arte ao usar garrafas, o líquido que contém e o possível efeito causado pelo mesmo, como meio artístico, que além de irônico (bebidas filosóficas podem embebedar de conhecimento?) é acompanhado pelo o estigma do objeto escolhido, tão distante da visão romântica de o que é arte.

Este tipo de trocadilho que crio foi baseado em um evento real, quando uma colega se atrapalhou e escreveu o nome da cerveja ao invés do nome do filósofo que a professora ditou para uma pesquisa. A situação cômica ficou guardada na minha cabeça por um ano, até tomar a forma do trabalho propriamente dito. Desde então, pesquiso novos nomes de bebidas que se pareçam com o nome de pensadores. A idéia inicial era provocar o espectador, confundindo com rótulos semelhantes ao original que o fariam pensar se o objeto mostrado como arte realmente o é, e assim provocar o seu olhar para o rótulo numa busca pelas semelhanças e diferenças entre o rótulo original e os outros criados, entre si.

A questão sobre o conteúdo sempre esteve intrínseca ao trabalho, a brincadeira é que quando alguém está alcoolizado a confusão acontece realmente e Heineken (a cerveja) facilmente vira Heidegger (Martin). Brinco com o significado do objeto, afinal são bebidas alcoólicas conhecidas e o resultado da ingestão desmedida e a embriaguez, que gera por si duas situações, primeiro a confusão de nomes, como a que aconteceu com a minha colega e gerou estes trabalhos, e em segundo lugar o que popularmente ficou conhecido com a frase:

“O álcool entra e a verdade sai” (ditado popular), pois algumas pessoas ao se embriagarem tornam-se verdadeiros poetas e filósofos.

2. MATERIAL E MÉTODOS

Essa pesquisa está sendo desenvolvida a partir de estudo de referenciais bibliográficos e de pesquisa de campo, sendo o objeto de estudo principal a minha produção artística, que resultará na dissertação de especialização do Programa de Pós Graduação em Artes, turma de Percursos Poéticos. A pesquisa de campo compreende o desenvolvimento de novos objetos, no caso, adesivos (Figura 2).



Figura 2. Adesivo Friederich Nietzsche

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Na maioria das vezes, para o entendimento do que se produz em arte, o artista precisa observar e refletir sobre seu processo de produção e, muitas vezes, só consegue perceber características antes não vistas quando é auxiliado por textos que o fazem refletir sobre o seu trabalho. No caso desta pesquisa isso não deixa de ser verdade, porém na maioria das vezes os pensadores são escolhidos pela proximidade entre seus nomes e o nome das cervejas, e seus textos são usados como operações na criação da obra.

A apropriação das marcas de cervejas e modificação dos rótulos são operações regidas pelas idéias do filósofo alemão Martin Heidegger sobre transcendência: “A *existencialidade ou transcendência – na terminologia heideggeriana – é constituída pelos atos de apropriação das coisas do mundo, por parte de cada indivíduo*” (CHAUÍ, Marilena de Souza in HEIDEGGER, pag. 9. 1983). Estendo isto para a minha construção dos objetos como a impertinência de pegar para si aquilo que deve ajudar a elevar o seu nível de conhecimentos. Este conceito é usado na produção dos trabalhos, com o fim de estudar Heidegger.

A ironia criada pelas palavras trocadas propositalmente no objeto lembra o que acontece nas pinturas de René Magritte, assim explicada por Michel Foucault:

Basta que uma figura pareça com uma coisa (ou com qualquer outra figura), para que se insira no jogo da pintura um enunciado evidente, banal, mil vezes repetido e entretanto quase sempre silencioso (ele é como um murmúrio infinito, obsidiante, que envolve o silêncio das figuras, o investe, se apodera dele, obriga-o a sair de si próprio, e torna a despejá-lo finalmente no domínio das coisas que se pode nomear): "O que vocês estão vendo, é isto". Pouco importa, ainda aqui, o sentido em que está colocada a relação de representação, se a pintura é remetida ao visível que a envolve ou se ela cria, sozinha, um invisível que se lhe assemelha (FOUCALT, pg.15, 2004).

Aqui podemos ver o poder de uma palavra na Arte, pois é suficiente para subverter totalmente o sentido presente na obra, criando um jogo visual confundindo o espectador, pois estabelece, a partir do que já existe, algo com significado completamente diferente.

A apropriação dos objetos do cotidiano que faço não é novidade na Arte, os cubistas já o faziam, mas o modo como faço é diferente. Além de me apropriar de um objeto particular (garrafas de bebidas alcoólicas), não os uso na sua forma original e a diferenciação que faço é mascarada, ou muito próxima do original, confundindo o espectador.

O termo assemblage é incorporado às artes em 1953, cunhado por Jean Dubuffet (1901 - 1985) para fazer referência a trabalhos que, segundo ele, "vão além das colagens". O princípio que orienta a feitura de assemblages é a "estética da acumulação": todo e qualquer tipo de material pode ser incorporado à obra de arte. O trabalho artístico visa romper definitivamente as fronteiras entre arte e vida cotidiana; ruptura já ensaiada pelo dadaísmo, sobretudo pelo ready-made de Marcel Duchamp (1887 - 1968) e pelas obras Merz (1919), de Kurt Schwitters (1887 - 1948). A idéia forte que ancora as assemblages diz respeito à concepção de que os objetos díspares reunidos na obra, ainda que produzam um novo conjunto, não perdem o sentido original. (http://www.itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia_ic/index.cfm?fu_seaction=termos_texto&cd_verbete=325, acessado em 6 de Abril de 2012 às 10:25.)

A definição de Assemblage parece mais apegada ao processo físico. Já a concepção de colagem parece ser mais ligada aos aspectos conceituais desta operação. Segundo Giulio Carlo Argan, para os cubistas, "a colagem servia para demonstrar que não existe separação entre o espaço real e o espaço da arte, de modo que as coisas da realidade podem passar para a pintura sem alterar sua substância" (ARGAN, pg. 359, 1992.)

4. CONCLUSÕES

Sendo assim, este texto apresenta uma parte da minha poética que consiste em usar da ironia para reconfigurar objetos do cotidiano, essas operações juntas criam várias camadas de sentido em objetos do cotidiano, visando também o entendimento das implicações dessas ações para a pesquisa em arte.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARGAN, Giulio Carlo. **Arte Moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- BRITES, Blanca. **O MEIO COMO PONTO ZERO: Metodologia da Pesquisa em Artes Plásticas**, UFRGS Editora, 2002.
- CAUQUELIN, Anne. **Arte Contemporânea - Uma Introdução**. São Paulo, Martins, 2005.
- COMUNICACIÓN, Globus; POLÍGRAFA, Edições. **Jasper Johns. Grandes Pintores do século XX**. Editora: Globus. VEGAP, Madrid, 1994.
- DIDI - HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. São Paulo, editora 34, 1998.
- FERREIRA, Glória; COTRIM, Cecília [orgs.]. **Escritos de Artistas: anos 60/70**. SP: Jorge Zahar editor, 2007.
- FOUCAULT, Michel. **Isto não é um cachimbo**. 3ª ed. Trad. Jorge Coli. Rio de Janeiro: Paz e terra, 2002.
- HEIDEGGER, Martin. **Conferências e escritos filosóficos / Martin Heidegger**; tradução, introdução e notas de Ernildo Stein. 2ªed. São Paulo: Abril Cultura, 1983.
- _____. **A Origem da Obra de Arte**. Biblioteca de Filosofia Contemporânea. Edições 70. Lisboa, 1977, pp. 11-14.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Textos escolhidos / Maurice Merlau-Ponty**; seleção de textos de Marilena de Souza Chauí; traduções e notas de Marilena de Souza Chauí ...[et el]. São Paulo: Abril Cultura, 1980.
- _____. **O Olho e o Espírito**. In: Os Pensadores. São Paulo, 1994.
- O'DOHERTY, Brian. **No interior do cubo branco**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- PAQUET, Marcel. **René Magritte 1898-1967 – O pensamento tornado visível**. Lisboa: Editora Paisagem, 2006.
- TASSINARI, Alberto. **O Espaço Moderno**. São Paulo, Cosac & Naif, 2000.
- WOOD, Paul. **Arte Conceitual**. São Paulo, Cosac & Naify, 2002.