

O gosto dos outros: arte e kitsch como marcadores de distinção na obra de Jeff Koons¹

Pedro Pinheiro NEVES²

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

O presente artigo analisa três séries de obras produzidas pelo artista norte-americano Jeff Koons entre o fim dos anos 1970 e meados dos anos 1980. Em cada uma das séries o artista se apropria de brinquedos, anúncios publicitários e objetos decorativos kitsch para investigar como diferentes classes sociais fazem uso de bens de consumo supérfluos como marcadores de distinção, evidenciando como o desinteresse – atitude defendida por Kant como a única adequada para uma apreciação estética legítima –, longe de universal, é marca de privilégios apenas acessados por aqueles mais distantes da necessidade. Ao introduzir objetos vulgares no domínio das artes visuais, Koons implica também o campo artístico no jogo da distinção, ao mesmo tempo em que exige do espectador uma atenção aos aspectos formais destes objetos, embaralhando as fronteiras entre arte e kitsch.

Palavras-chave: artes visuais; estética; kitsch; consumo; distinção.

Introdução

Ao longo de uma carreira que já dura mais de 35 anos, o artista norte-americano Jeff Koons (1955-) manteve uma enorme coerência no que diz respeito às suas preocupações, obsessões e temáticas. A problemática central do seu trabalho tem sido, desde sempre, as diferentes formas que diferentes classes sociais se relacionam com a experiência estética dentro de um sistema de produção e circulação cultural capitalista, no qual bens simbólicos são mercadorias como tantas outras. Mais concretamente, o artista vem investigando os elementos de uma estética popular e pequeno-burguesa, comumente identificada pelo termo *kitsch*.

A depender do comentarista da sua obra, o emprego, por Koons, de imagens, formas e materiais fortemente associados com uma cultura comercial voltada para as classes populares é frequentemente lido ou como, pura e simplesmente, uma produção *de* kitsch, ou como uma observação irônica *sobre* o kitsch. Acreditamos, entretanto, que a obra de Koons se sustenta *entre* os polos da arte e do kitsch, polos estes em constante tensão, comumente entendidos como opostos, mas cuja relação é bem mais complexa e ambivalente. Entre diferentes períodos da sua carreira, entre conjuntos de obras ou mesmo no interior de obras

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE, email: pedro_pneves@hotmail.com

específicas, o artista mantém em oscilação uma tendência ao distanciamento próprio do regime estético, e, por outro lado, uma tendência à adesão aos valores da estética popular que investiga. Sublinhando a sua ambivalência existe uma aguda percepção das posições de classe relacionadas às distintas formas de apreender, apreciar e se relacionar com fenômenos estéticos.

No presente trabalho, analisaremos três séries de obras que se situam em diferentes pontos ao longo do contínuo que vai de uma investigação analítica sobre o kitsch e seus usos a uma entrega à estética popular. *Inflatables* (1979) dá continuidade ao projeto minimalista de engajar as capacidades cognitivas e a percepção espacial e corporal do espectador, mas utilizando-se de materiais da cultura popular massiva como forma de ancorar a experiência da obra no cotidiano urbano; *Luxury and degradation* (1986) se apropria da linguagem publicitária e de objetos de consumo supérfluo para investigar como diferentes classes sociais respondem a e fazem emprego de diferentes níveis de abstração formal relacionados ao desinteresse que pauta a apreciação estética legítima como mecanismo de distinção social; e *Statuary* (1986) nivela e isola variados objetos decorativos de mau gosto de forma a iluminar suas propriedades formais, exigindo do espectador uma postura distanciada e atenta que ele normalmente reservaria para obras de arte consagradas.

***Inflatables*: kitsch como forma de engajamento**

O fascínio de Koons com o kitsch já está presente em sua primeira série de obras, os *Inflatables* (1979): coelhos e flores infláveis – brinquedos coloridos baratos, comprados em lojas –, dispostos em combinações diversas sobre pequenos espelhos quadrados (FIG 1). O uso dos espelhos é uma referência direta à obra de Robert Smithson, artista que assentou alguns dos mais importantes alicerces da prática artística contemporânea. No final dos anos 1960, Smithson produziu seus primeiros *non-sites*, dispondo materiais naturais (areia, terra, sal, coral) sobre espelhos e exibindo-os no chão da galeria, para que compartilhassem o mesmo espaço físico que os espectadores, que se sentiriam convidados a mover-se ao redor das peças, mobilizando todo o corpo no ato de percepção (FIG 2).



FIG 1: Jeff Koons. *Inflatable flower and bunny* (tall white, pink bunny)



FIG 2: Robert Smithson. *Corner mirror with coral*, 1969

Smithson dava assim continuidade ao projeto minimalista de mudar o foco da prática artística do objeto para o espectador, concentrando-se sobre o próprio ato da percepção em sua duração e espacialidade. O artista contribuía, desta forma, para o desmonte do dogmatismo formalista do alto modernismo (representado, nos EUA de meados do século 20, pelo crítico Clement Greenberg) e sua rígida ênfase na autonomia radical da obra de arte. Os artistas e críticos da geração dos anos 1960 demonstraram a arbitrariedade dos preceitos essencialistas do formalismo; o caminho, a partir de então, estaria aberto para experimentações com todo tipo de material não tradicional e para o cruzamento de disciplinas diversas. Mas a libertação não teve como correlato um interesse renovado do público pela arte:

The irony (or pathos) of this (...) project was this: even as it sought to remotivate and to reground art, to render its making and meaning more transparent to its audience, the effect was often the opposite – to make art appear more arbitrary and rarefied, to opacify it further. (FOSTER, 2002, p. 120)³

³ “A ironia (ou pathos) deste (...) projeto é a seguinte: enquanto ele buscava remotivar e re-ancorar a arte, tornar a sua produção e seu significado mais transparentes para o público, o efeito frequentemente foi o oposto – fazer a arte parecer mais arbitrária e rarefeita, torná-la ainda mais opaca.” (Tradução livre)

Podemos ler os *Inflatables*, então, como uma continuação e um desvio operado por Koons sobre a obra de Smithson. A percepção, a temporalidade e o movimento corporal do espectador continuam centrais para o trabalho, mas, no lugar de elementos naturais impregnados das forças telúricas dos locais de onde foram coletados, o público depara-se com os materiais industriais, as cores artificiais e as formas familiares de brinquedos produzidos em série – a presença do kitsch. O artista solicita o engajamento do público apelando para uma estética popular ligada ao consumo de massa, às qualidades sensíveis dos objetos vulgares que rodeiam qualquer habitante urbano do mundo globalizado e que, no contexto de uma galeria de arte, demandam outro tipo de atenção. O modelo inaugurado com os *Inflatables* permanece constante em sua carreira: objetos de consumo de massa baratos e cafonas apresentados de acordo com certas convenções institucionais de exposição que visam um distanciamento estético propriamente artístico, de modo a evidenciar simultaneamente os objetos expostos e as estratégias de exibição.

O engajamento do público sempre foi uma questão central para Koons, mas de maneira muito diferente que para os minimalistas. A exclusividade da arte – as múltiplas formas em que obras de arte foram e continuam sendo utilizadas como barreiras de classe social – é um problema que Koons procura destrinchar e, mais adiante, solucionar simbolicamente em seu trabalho. Se a arte, ao longo da história, tendeu a constituir-se como mercadoria suntuária ou espetáculo do poder das classes dominantes, o advento dos museus e espaços de exibição pública, bem como os meios de comunicação de massa, tornou o acesso a obras mais democrático – ou, idealmente, universal, pelo menos em intenção. Mas, simultaneamente a esses desenvolvimentos, a constituição da arte como campo autônomo encarregou-se de torná-la um domínio cada vez mais especializado e rarefeito. A resposta de Koons, como vimos, é levar ao museu formas e imagens que fazem parte do cotidiano do público. O que diferencia Koons de Andy Warhol e da geração da *pop art* é que os seus motivos e temas não são, necessariamente, as mercadorias e imagens universais do consumo, como Coca-Cola ou Campbell's, mas o universo estético das classes populares e da pequena burguesia; o interesse de Koons é, acima de tudo, pela questão do gosto, e como este se articula com a classe.

As hierarquias do gosto em *Luxury and degradation*

A constituição do campo artístico aconteceu em paralelo ao desenvolvimento da disciplina filosófica da estética; a filosofia forneceu a base teórica para uma prática artística

em transformação rumo a uma crescente abstração formal, cada vez mais preocupada com problemas intrínsecos à construção pictórica ou escultórica. Uma arte que relegasse ao segundo plano qualquer conteúdo anedótico ou, no limite, representacional, necessitaria um espectador correspondente, e em certa medida ela o produziu: um olhar propriamente estético para obras que deveriam ser apreendidas exclusivamente pela via da sensibilidade estética, uma postura sintetizada por Kant sob a fórmula do desinteresse. O desinteresse, entretanto, não é a chave universalmente acessível para uma apreciação “pura” e “verdadeira”, como queriam os estetas, mas um complexo conjunto de técnicas aprendidas e incorporadas por indivíduos treinados para tal mediante uma série de experiências e vivências sociais inseparáveis do meio em que se deu a sua socialização. Para o sociólogo Pierre Bourdieu, a disposição estética é um produto e um signo de distinção social, já que, para ser adquirida em sua plenitude, é requerida, além de uma educação formal, uma grande quantidade de tempo e de recursos que são privilégio das classes sociais mais abastadas – uma libertação da necessidade:

A disposição estética - que tende a deixar de lado a natureza e a função do objeto representado, além de excluir qualquer reação "ingênua", ou seja, horror diante do horrível, desejo diante do desejável, reverência piedosa diante do sagrado, assim como todas as respostas puramente éticas para levar em consideração apenas o modo de representação, o estilo, percebido e apreciado pela comparação com outros estilos - é uma dimensão da relação global com o mundo e com os outros, de um estilo de vida, em que se exprimem, sob uma forma incognoscível, os efeitos de condições particulares de existência: condição de qualquer aprendizado da cultura legítima, seja ele implícito ou difuso como é, quase sempre, a aprendizagem familiar, ou explícito e específico tal como a aprendizagem escolar, estas condições de existência caracterizam-se pela suspensão e pelo *sursis* da necessidade econômica, assim como pelo distanciamento objetivo e subjetivo em relação à urgência prática, fundamento do distanciamento objetivo e subjetivo em relação aos grupos submetidos a tais determinismos. (BOURDIEU, 2007, p. 54)

O conceito de kitsch – e a aversão por ele – é produto de uma hierarquização do gosto, que reproduz a lógica da distinção em ínfimos degraus de crescente refinamento, do mais baixo e vulgar (tudo aquilo que se aproxima das respostas “éticas” delineadas acima por Bourdieu, das necessidades fisiológicas e da gratificação corporal ou sensual imediata) ao mais rarefeito (representado pelo máximo de sublimação do corpo, “desinteresse” e distanciamento estetizante). As sutis variações entre mecanismos de distinção são tema de investigação para Koons, especialmente presente em algumas séries dos anos 1980. *Luxury and degradation* (1986), por exemplo, analisa estratégias empregadas pela publicidade para vender bebidas alcoólicas para diferentes classes sociais, e também como as maneiras de

consumir e servir álcool – objeto de consumo supérfluo por excelência, e por isso mesmo um “luxo” partilhado por praticamente todas as classes sociais – são capazes de materializar fantasias e aspirações de ascensão social.

A série divide-se em duas classes de objetos: anúncios publicitários reais apropriados pelo artista, mas impressos com tinta a óleo em telas de pintura (garantindo assim a melhor qualidade possível de nitidez e cor) e réplicas em aço inoxidável de instrumentos e acessórios de preparo e armazenamento de bebidas alcólicas. O anúncio mais popular seria o do rum Bacardi, que mostra mãos masculinas e femininas em um jogo de dominós: sem subterfúgios, a bebida é mostrada como catalizador social e sexual, um meio de aproveitar melhor os prazeres de uma noite de lazer (FIG 3). À medida que avançamos na escala social, diminui-se a ênfase na funcionalidade do álcool para ressaltar o valor da bebida em si como um prazer sofisticado. Em um nível intermediário, encontramos a publicidade do conhaque Hennessy, que mostra um casal no interior de uma residência confortável; o homem senta-se à mesa de estudos, diante de um livro aberto. Sobre a imagem, os slogans “Hennessy – the civilized way to lay down the law” e “The world’s most civilized spirit”⁴ (FIG 4); o consumo da bebida não está mais associado a noitadas descompromissadas, mas à intelectualidade, aos prazeres domésticos, à tradição e civilidade e ao tranquilo domínio masculino sobre o lar, o trabalho e a mulher (observe-se o duplo sentido da expressão “lay down”, significando tanto “impor” quanto “deitar” – especialmente se considerarmos a presença da cama de casal ao fundo da cena). Por fim, Koons seleciona um anúncio do licor Frangelico como ápice da distinção: a imagem, quase abstrata, mostra unicamente o líquido dourado-caramelo em um mar sem começo nem fim; o slogan diz “Stay in tonight”⁵ – um convite para sorver a bebida em solidão, apreciando o seu sabor sem distrações ou intenções de outras ordens: uma fruição pura e desinteressada de um produto sofisticado (FIG 5).

⁴ “Hennessy – a maneira civilizada de impor a lei”; “A bebida alcóolica mais civilizada do mundo” ou “O espírito mais civilizado do mundo” – a palavra *spirit* tem ambos os significados. (Tradução livre)

⁵ “Fique em casa esta noite” (Tradução livre)



FIG 3: *Aquí Bacardi*, 1986



FIG 5: *Frangelico*, 1986

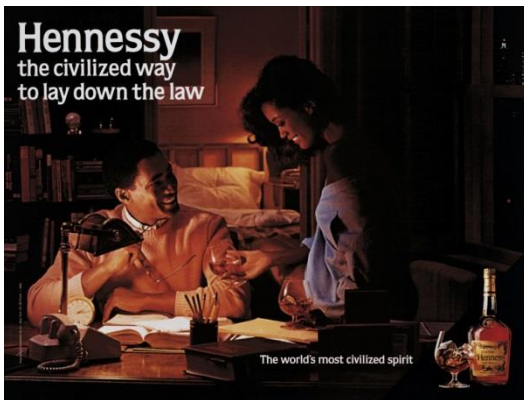


FIG 4: *Hennessy*, 1986

Nas esculturas da mesma série, a abordagem de Koons é mais oblíqua, pois nelas a apropriação não se dá sem uma importante modificação. Todos os apetrechos ligados ao consumo de álcool, do simples baldinho medidor ao conjunto de cristal Baccarat (FIG 6), foram transmutados em aço inoxidável; material ambíguo, por ser prosaico e utilitário, presente em praticamente qualquer domicílio em forma de talheres e utensílios de cozinha, e, simultaneamente, reter uma aparência de metal precioso – prata ou platina –, brilhante e reflexivo, sedutor e frio, que atrai e repele em igual medida. Situados em uma escala de gostos e poderes de consumo, os objetos se igualam enquanto obras de arte e enquanto mercadorias; numa galeria ou museu, seus valores de uso enquanto marcadores distintivos desaparecem, restando o valor de exposição e o valor de troca, valores praticamente intercambiáveis em uma economia na qual o signo é em si a principal mercadoria.

Chama a atenção na série de esculturas a recorrência de objetos que remetem à mobilidade: um carrinho colecionável, uma maleta de viagem com utensílios para o preparo de coquetéis (FIG 7), um trenzinho com seis vagões mais a locomotiva sobre um trecho de ferrovia (FIG 8). Eles remetem a outras fantasias de ascensão de classe, correlatas às que motivam o consumo conspícuo e a exibição dos apetrechos alcóolicos: o turismo como lazer edificante, o glamour do cosmopolitismo, as ansiedades da mobilidade social. Peça central do grupo *Luxury and degradation*, o trenzinho é réplica de um brinde do whisky Jim Beam, e cada um dos seus vagões carrega 750 mL da bebida. Koons joga aqui com o duplo significado da palavra *spirit* em inglês: espírito e bebida alcóolica; o whisky, selado em cada vagão com um lacre, é o espírito da obra, e o seu consumo arruinaria a peça, para o artista. A mercadoria, mesmo quando um objeto decorativo de claro mau gosto, aparece antropomorfizada, dotada de uma alma, ilustrando um dos mais antigos tropos da reflexão sobre o capitalismo e as transformações que ele opera sobre a sensibilidade moderna: a animação do inumano, a vivificação do inorgânico (AGAMBEN, 1993, p. 47; EAGLETON, 1993, p. 71).



FIG 6: *Baccarat Crystal set* (1986)



FIG 7: *Travel bar* (1986)



FIG 8: *Jim Beam – J. B. Turner train* (1986)

***Statuary* e a beleza estranha do objeto vulgar**

O mundo de objetos apropriados e transmutados em inox se amplia na série seguinte desenvolvida por Koons, *Statuary* (1986), composta por dez estatuetas decorativas. Mais uma vez é possível situar as peças em uma escala de gosto que vai de suvenires grotescos a bustos de personalidades, mas desta vez o recorte de classe permanece limitado ao popular e à pequena burguesia. Se os degraus mais baixos na hierarquia proposta pela série são ocupados por anões sorridentes e bibelôs de humor picante, o topo pertence a bustos genéricos do rei Luís XIV (FIG 8) e de Lucia Mondella, personagem do romance italiano *Os noivos* (1840) – reproduções cafonas produzidas em massa passíveis de serem confundidas com obras de arte “legítimas”. Se considerarmos a escolha dos objetos como movida por intenções satíricas, enxergaremos na série certa crueldade ao jogar com aquilo que Bourdieu chama de alodoxia cultural:

O pequeno-burguês é reverente diante da cultura (...); ansioso em relação à inclusão, faz a reverência, ao acaso, diante de tudo o que possa se parecer com cultura e dedica um culto irrefletido às tradições aristocráticas do passado. Esta boa vontade pura, embora vazia, que – desprovida dos referenciais ou princípios indispensáveis à sua aplicação – não sabe a que objeto se dedicar, transforma o pequeno-burguês na vítima proposital da alodoxia cultural, ou seja, de todos os equívocos de identificação e de todas as formas de falso-reconhecimento em que é denunciada a diferença entre conhecimento e reconhecimento. A alodoxia, heterodoxia vivida na ilusão da ortodoxia engendrada por essa reverência indiferenciada, misturando avidez com ansiedade, leva a considerar a opereta como "grande música", a vulgarização como ciência, o símile como algo autêntico, além de encontrar nessa falsa-identificação, ao mesmo tempo, inquieta e confiante demais, o princípio de uma satisfação ainda tributária, de algum modo, do sentimento da distinção. (BOURDIEU, 2007, p. 300)

Mas é possível considerar a série *Statuary* como um afastamento da frieza analítica de *Luxury and degradation* e o começo de um engajamento mais afetuoso e fascinado com a estética popular. Mais uma vez, o material é o grande nivelador: o aço inoxidável reveste todas as peças de um brilho frio, solidez e gravidade, revelando as formas deliberadas e surpreendentemente estranhas de objetos que talvez passassem despercebidos em uma prateleira de loja de desconto; um alegre duende (FIG 9), de repente, revela-se aparentado da escultura cubista, em seus rígidos planos geométricos (SIEGEL in HOLZWARTH, 2009, p. 220).



FIG 8: *Louis XIV*, 1986



FIG 9: *Cape Codder Troll*, 1986

Em nenhuma outra obra da série essa estranheza é mais patente que em *Rabbit*, peça que se tornou um ícone da escultura contemporânea (FIG 10). O coelho inflável da série *Inflatables* retorna aqui em rígido inox, misto de robô alienígena e ídolo arcaico. O perfeccionismo da moldagem garante a manutenção de cada dobra do plástico e linha de junção, mas, despido de suas cores alegres e rosto simpático, o coelho torna-se enigmático; sua superfície uniforme possibilita uma atenção inédita às suas formas: a esfera que compõe a cabeça, as orelhas túrgidas, os membros bulbosos. A estátua é frequentemente comparada à obra do artista romeno Constantin Brancusi (FIG 11), um dos nomes mais importantes da escultura moderna, por suas formas simplificadas e suaves, aproximando-se assim do vocabulário formal do modernismo. Se Brancusi, entretanto, definia o seu trabalho como uma redução das formas das figuras representadas a uma essência ideal mais verdadeira que as aparências (SCHNECKENBURGER, 2005, p. 425), *Rabbit* é pura superfície; seu modelo, afinal, é um fino balão plástico cheio de ar. Koons torna esse objeto oco, leve, efêmero e moldável em um monumento maciço, pesado, permanente e sólido: uma réplica exata e radicalmente distinta ao mesmo tempo. Polida e brilhante, a escultura é um espelho que simultaneamente incorpora em sua superfície o ambiente ao seu redor (e o espectador à sua frente) e o repele, jogando toda imagem e luz que cai em sua pele de volta para o exterior; ao contrário do inflável, a obra é impenetrável. Koons parece haver realizado o projeto de Baudelaire de criar uma obra de arte à imagem da mercadoria capitalista, uma “mercadoria absoluta”:

The greatness of Baudelaire with respect to the invasion of the commodity was that he responded to this invasion by transforming the work of art into

a commodity and a fetish⁶. (...) The aura of frozen intangibility that from this moment began to surround the work of art is the equivalent of the fetishistic character that the exchange value impresses on the commodity.⁷ (AGAMBEN, 1993, p. 42).



FIG 10: *Rabbit*, 1986. FIG 11: *Negra loira*. Constantin Brancusi, 1926. FIG 12: *Foreground*. Louise Lawler, 1994.

Considerações finais

Com *Rabbit*, Koons solapa distinções entre alto e baixo, nobre e brega, luxuoso e barato em um objeto que é simultaneamente todas essas coisas; e não apenas um brinquedo modesto e uma obra de arte, mas também uma peça de decoração chamativa e de design arrojado e um troféu caro para caçadores de status, caráter este explorado pela artista Louise Lawler em sua fotografia *Foreground* (1994), na qual a obra casa-se perfeitamente com a decoração clean de um luxuoso apartamento de Chicago pertencente a um casal de colecionadores (FIG 12).

Ao se apropriar de brinquedos, anúncios, objetos utilitários e peças decorativas e transformá-los todos em obras para serem exibidas em museus e galerias, Koons, ao mesmo tempo em que organiza um discurso sobre os usos sociais dos objetos, isola-os dos contextos em que foram produzidos e utilizados cotidianamente, neutralizando-os e os igualando enquanto obras de arte, signos sem serventia nem vontade, que se prestam unicamente à contemplação desinteressada. Mas, ao embaralhar as coordenadas que nos

⁶ *Rabbit*, aliás, pode ser considerado um fetiche em outros sentidos também: como de costume, Koons sexualiza a escultura, afirmando, por exemplo, que a cenoura que o bicho leva à boca pode ser lido como um “símbolo da masturbação” (In HOLZWARTH, 2009, p. 216).

⁷ “A grandeza de Baudelaire no que diz respeito à invasão da mercadoria foi que ele respondeu a esta invasão transformando a obra de arte em uma mercadoria e um fetiche. (...) A aura de intangibilidade congelada que a partir de então passa a cercar a obra de arte é equivalente ao caráter fetichista que o valor de troca imprime na mercadoria.” (Tradução livre)

permitem distinguir valores de uso, de troca e de exibição, o artista acaba por nos fazer conscientes também do status utilitário e distintivo da própria arte – a arte legitimada por instituições autorizadas, que se pretende acima das vulgaridades da mercadoria e dos símbolos suntuários. Talvez seja esta a operação central das séries *Statuary* e *Luxury and degradation*: transformar marcadores de distinção ingênuos em marcadores de distinção extremamente seletos, mediante o enobrecimento máximo representado pela legitimação artística.

Referências

- AGAMBEN, Giorgio. **Stanzas – word and phantasm in Western culture**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1993.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2007.
- BÜRGER, Peter. **Teoria da vanguarda**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- DORFLES, Gillo (Org.). **Kitsch: the world of bad taste**. New York: Bell Publishing Company, 1969.
- EAGLETON, Terry. **A ideologia da estética**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- FOSTER, Hal. **Design and crime (and other diatribes)**. London: Verso, 2002.
- GREENBERG, Clement. **Art and culture: critical essays**. Boston: Beacon Press, 1989.
- HOLZWARTH, H.W. (Ed.). **Jeff Koons**. Köln: Taschen, 2009.
- KOONS, Jeff; ROSENTHAL, Norman. **Jeff Koons – conversations with Norman Rosenthal**. London: Thames & Hudson, 2014.
- SCHNECKENBURGER, Manfred, et al. **Arte del siglo XX**. Köln: Taschen, 2005.