

A COMPRA DA PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO VITRINE DO ELEOTÉRIO

Luciano Mariussi

Em 2002 fui convidado a fazer uma intervenção em uma vitrine comercial. A princípio isso me pareceu ser uma armadilha, pois até então nunca havia feito nada que pudesse sugerir algum diálogo com um espaço de vitrine. Muito pelo contrário, os trabalhos que já mencionei nesta dissertação buscavam justamente o oposto: um espaço museológico ou ainda um espaço estritamente destinado à arte. O espaço em questão era a vitrine de uma conhecida livraria de Curitiba, a livraria do Eleotério, atualmente fora de funcionamento. Este projeto, idealizado pela artista plástica Marga Puntel, previa a ocupação desta vitrine por duas semanas a cada artista do projeto: Marga Puntel, Ana González e Luciano Mariussi. Esta livraria foi escolhida pela facilidade de acesso e por não ser um lugar já comprometido com as questões artísticas, viabilizando assim um contato mais próximo do público com a arte contemporânea. O espaço da vitrine ficava longe de qualquer semelhança com espaços destinados à arte, museus e galerias. Esse aspecto foi desafiador. Senti que não poderia simplesmente fazer uso deste espaço impunemente. Deveria tratá-lo mais como uma intervenção em espaço urbano. Como sempre fiz questão de estabelecer uma relação entre o espaço que continha o trabalho e o trabalho propriamente dito, me adaptar ao espaço disponibilizado traria certamente um direcionamento na concepção do que viria a realizar.

Em vez de utilizar a vitrine como espaço expositivo, decidi que não faria simplesmente um trabalho para ser colocado em uma vitrine e sim utilizaria o espaço todo da livraria para engendrar uma situação que se relacionasse com um suposto público, que viria ver o trabalho exposto e o público usual da livraria. Achei que naquela situação seria um tanto complicado reter a atenção do público para qualquer obra que pudesse habitar aquela vitrine: uma parede de vidro que transparecia todo o interior da loja. Como o relacionamento do meu trabalho com as artes se fez via questionamento entre arte e público, a estratégia de aproximação que escolhi foi a compra da participação do espectador. No espaço da vitrine foi instalada a seguinte frase:

"Entre Gritando Eu sei o que é arte contemporânea e ganhe um desconto de R\$ 2,00 reais".

Havia previamente feito um acordo com o dono da livraria e esse desconto seria efetivado se o cliente/espectador se dispusesse a realmente deixar a timidez de lado e entrar na loja gritando. Houve muitas participações. Foi interessante notar que esta indução a participação por meio da compra, uma espécie de suborno ao público, foi muito eficaz. Mesmo para quem não tinha a menor proximidade com arte contemporânea pode ter sido induzido a pensar que nesta frase residia uma inquietação. Pensar no que estava escrito não contribuiria para ter uma opinião sobre arte contemporânea, ou para esclarecer algum ponto mais específico, mas revelaria que nesta frase poderia haver um problema a ser discutido, ou ainda seria um assunto caro para quem trabalhasse com arte contemporânea. De qualquer forma, serviria para apontar um caminho de entrada nas questões da arte contemporânea.

Durante as duas semanas que o trabalho ficou instalado, pude acompanhar algumas das "performances" das pessoas que entravam na livraria e tomei consciência de que deveria utilizar esse procedimento com o público mais vezes. Fiquei sabendo por meio do Sr. Eleutério, dono da livraria, que muitos clientes entravam apenas para participar do trabalho, levando pra casa um pequeno livro de valor não muito superior ao da promoção/trabalho.

Esta estratégia, de compra de público, voltaria a ser usada em outros trabalhos futuros.

Texto originalmente publicado no site:

<http://www.muvi.advant.com.br/textos//lucianomariussi/eleoterio.htm>