

FIM DE SEMANA

Itaú Cultural mostra como a arte é devorada

A exposição
'O Consumo' faz balanço
que começa na arte pop e
acaba nos anos 90

ANTONIO GONCALVES FILHO

A cultura pop pretendeu um dia criticar a ânsia de consumo devorando signos da sociedade industrial. Hoje ela tenta se livrar deles e não consegue. A indústria devorou a cultura pop. Da mesma forma que o pop Lichtenstein denunciou a afasia dos jovens americanos consumidores de quadrinhos e acabou consumido pelos filhos uniformizados dos neoliberais, a arte acabou nas prateleiras dos supermercados ajudando a vender potes de requeijão. É uma das conclusões que o visitante chega ao final da visita à exposição *O Consumo*, no Itaú Cultural até 6 de fevereiro.

Má sorte que a lógica da sociedade de consumo seja a de tornar obsoleto seus produtos para forçar a entrada de outros. Consumir para existir é o slogan máximo dessa nova mutação antropológica que começou a tomar forma no pós-guerra e produziu clones nos loucos anos 60. A exposição dedica boa parte de seu espaço a uma discussão sobre formação do imaginário desses mutantes, começando numa sala no térreo com dois ícones utilizados pela arte



'Mona Lisa' de Gerchman, feita em 1975: paródia pop

pop, a Mona Lisa e a Coca-Cola.

É um passeio divertido no jardim da delícias do consumo, se ainda é possível achar divertido pingüins de geladeira, telas de Gerchman e abajures de astracã sinté-

tica. O curador Frederico Moraes, em outro segmento, *Beba Mona Lisa*, é mais ambicioso. Trata de devoração iconográfica e de guerrilha artística contra a expansão do "imperialismo americano", re-

Fotos: reprodução

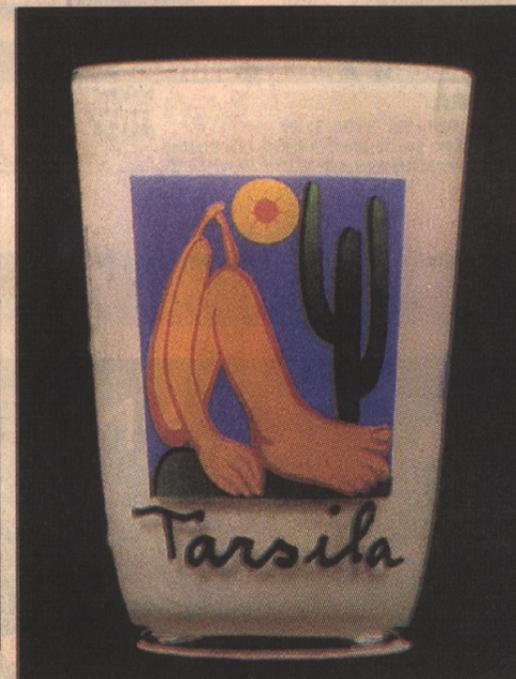


Coca-Cola de Barrão: libelo

servando um altar à peça mais provocante da mostra, as garrafas de Coca-Cola que trazem inscrições "subversivas" de Cildo Meireles.

Subindo as escadas, o visitante vai encontrar a *Metamorfose do Consumo dos Anos 60*. O curador da mostra é o cenógrafo Cyro del Nero, que preparava os desfiles da Fenit. É um segmento curioso, que destaca um lado pouco conhecido de artistas geniais como Iberê Camargo, Willys de Castro e Milton Dacosta, o de designers de tecido. O circuito da moda, a incorporação do plástico na criação artística e o nascimento da wear-

able art são traduzidos por obras



Copo de requeijão com reprodução da tela 'Abaporu' de Tarsila: um produto da MBA, que também controla o uso das imagens de Volpi e Portinari

de Burt Marx, Maria Bonomi e Fernando Lemos, entre outros.

Um dos segmentos mais interessantes da mostra é o *Paratodos*, que tem curadoria de Adélia Borges. Ela revela para o grande público a produção artesanal de grandes artistas, como os azulejos que Volpi assinou antes de ficar conhecido ou os do escultor Amílcar de Castro para a Oficina Cerâmica Terra. Nesse segmento se destacam ainda os tecidos da Arte Nativa Aplicada e os painéis desenhados por Athos Bulcão para os prédios de Oscar Niemeyer.

O ponto final da mostra é o segmento *Novos Alauimistas*, tam-

bém com curadoria de Adélia Borges. A exposição apresenta móveis, luminárias, roupas, tecidos, jóias, pratos e cortinas. Representa uma esperança ao inverter o circuito de consumo. Mantas feitas com fios de garrafas plásticas convertidas em flocos, cortinas feitas com fios de palha de milho e taboa, roupas feitas com escamas de peixe desidratadas e luminárias feitas com os restos da civilização mostram que ainda existe uma saída de emergência no inferno da sociedade industrial.

TRÊS
CURADORES
ESCOLHERAM
70 ARTISTAS

SERVIÇO

Cotidiano/Arte: O Consumo. De terça a sexta, das 10 às 21 horas; sábado e domingo, das 10 às 19 horas. Itaú Cultural. Avenida Paulista, 149, tel. 238-1700. Até fevereiro