

JOSÉ DE DEUS

QUER PAGAR QUANTO?

INTERVENÇÕES EM
LUGARES COMERCIAIS

Universidade de Brasília
Instituto de Artes
Departamento de Artes Visuais
Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais

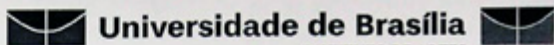
JOSÉ LUCAS DE DEUS ALVARENGA
QUER PAGAR QUANTO?
INTERVENÇÕES EM LUGARES COMERCIAIS

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Artes Visuais do Instituto de Artes da Universidade de Brasília para obtenção do título de Mestre em Artes Visuais.
Área de concentração: Métodos, processos e linguagens

Linha: Deslocamentos e Espacialidades

Orientadora: Prof. Dra.
Iracema de Almeida Lecourt.

Distrito Federal, 2019.



Universidade de Brasília

INSTITUTO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE ARTES VISUAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTE

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM ARTE APRESENTADA AOS
PROFESSORES:

Professor (a) Dr. (a) Iracema de Almeida Lecourt (VIS/UnB)
ORIENTADOR (A)

Professor (a) Dr. (a) Maria do Carmo de Freitas Veneroso (UFMG)
MEMBRO EXTERNO

Professor (a) Dr. (a) Everaldo Batista da Costa (GEO/UnB)
MEMBRO EXTERNO

Vista e permitida a impressão
Brasília-DF, quarta-feira, julho 17, 2019

Coordenação de Pós-Graduação do Departamento de Artes Visuais do
Instituto de Artes / UnB.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Iracema de Almeida Lecourt
Orientadora

Prof. Dr. Everaldo Batista da Costa
Examinador

Prof.^a Dr.^a Maria do Carmo de Freitas Veneroso
Examinadora

Prof. Dr. Chistus Menezes da Nóbrega
Suplente

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais e minhas irmãs, pelo amor e por todo o apoio e incentivo em toda a minha vida.

À Iracema, pelas orientações, pelas conversas, pelos conselhos, pela generosidade, pela paciência, pelo carinho e pela confiança.

À Laila, pelo amor, pela companhia, pela parceria e pelos conselhos. Te amo!

Aos meus amigos Paula, Renata, Santhyago, Inara, Lukas, Antonio, Henrique, Paulo Henrique, Pedro Thiago, Pedro Gabriel e Paulo Antônio, pelos rolês, conversas, risadas, memes, bares e lanches. Christus e Karina, pela dedicação, pelas conversas e por acreditar no meu trabalho.

Ao Everaldo e à Maria do Carmo, que gentilmente se dispuseram a contribuir para essa pesquisa.

Ao Vinícius e à Yná Kabe, pelos aprendizados e pelas conversas sobre as sofrências da vida acadêmica, e aos meus demais amigos da pós.

Aos coordenadores e funcionários do PPGAV, por tirar minhas várias dúvidas burocráticas-acadêmicas.

A todos meus colegas-artistas-participantes, que apoiaram a ideia maluca de intervir em lugares comerciais.

RESUMO

Esta dissertação trata de trabalhos artísticos produzidos em lugares comerciais - intervenções, fotografias, vídeos, pinturas e instruções. Discute o papel do objeto, do artista e do espectador, em seus contextos sociopolíticos, seus diálogos com a Pop Art, a Nova Figuração Brasileira, a Arte Conceitual estadunidense e latino-americana, e sua relação com a cultura de massa e a sociedade de consumo.

Palavras-chave: intervenção urbana, Pop Art, Arte Conceitual, arte contemporânea brasileira e latino-americana, cultura de massa, globalização.

ABSTRACT

This dissertation deals with artistic works produced in commercial places – interventions, photographs, videos, paintings and instructions. It discusses the role of the object, the artist and the spectator in their socio-political contexts, their dialogues with Pop Art, the New Brazilian Figuration, the North American and Latin American Conceptual Art, and their relationship with mass culture and consumer society.

Keywords: Urban intervention, Pop Art, Conceptual art, contemporary Brazilian and Latin American art, mass culture, globalization.

RESUMEN

Esta tesis se ocupa de las obras artísticas producidas en lugares comerciales – intervenciones, fotografías, vídeos, pinturas y instrucciones. Discute el papel del objeto, del artista y del espectador, en sus contextos sociopolíticos, sus diálogos con el Pop Art, la Nueva Figuración Brasileña, el Arte Conceptual norteamericano e latinoamericano, y su relación con la cultura de masas y la sociedad de consumo.

Palabras Clave: intervención urbana, Pop Art, Arte Conceptual, Arte contemporáneo brasileño y latinoamericano, cultura de masas, globalización.

SUMÁRIO

Lista de imagens	15
Entrada	25
1ª Parcela Arte e Fortuna: primeiras referências financiadas	31
1.1 Imagens à venda	33
1.2 Desejos consumidos	36
1.3 Mudanças de valor	39
1.4 <i>Pop Art</i> , cultura de massa e vida cotidiana	42
1.5 Algumas congruências entre a <i>Pop Art</i> e o <i>Kitsch</i>	47
1.6 Como a <i>Pop Art</i> lidou com o <i>American Dream</i> e como o <i>American Dream</i> lidou com a <i>Pop Art</i>	50
1.7 E eu com isso?	65
2ª Parcela Arte e Crise: concepções compradas à vista por alguns artistas contemporâneos	69
2.1 Noções de globalização e de subdesenvolvimento	71
2.2 Reflexões e posturas artísticas diante de problemas globais	76
2.3 A mistura que artistas brasileiros fazem entre situações sociais do país com a cultura <i>Pop</i>	89

3ª Parcela Arte e colapso: o objeto, o artista e o espectador entram no cheque especial	105
3.1 Arte de guerrilha	107
3.2 Um pouco antes Arte Conceitual: Os <i>ready-mades</i> de Marcel Duchamp	110
3.3 Os primeiros conceitos conceitualizados por artistas conceituais	114
3.4 Os novos lugares e os novos materiais na Arte Conceitual	119
3.5 O material que surge nas relações	124
3.6 Como a América Latina produziu Arte Conceitual	129
3.7 Cildo Meireles: <i>Brazilian Way of Life</i> parte 1 (primeiras ideias)	136
3.8 Cildo Meireles: <i>Brazilian Way of Life</i> parte 2 (desdobramentos)	145
3.9 Artur Barrio: Do lixo ao lixo	151
3.10 Antonio Manuel: o Anti-Jornalista	165
3.11 <i>Etc.</i>	178
3.12 Hoje em dia... Depois dos artistas <i>Etc.</i>	182
4ª Parcela Quer pagar quanto?	
Intervenções em lugares comerciais	197
4.1 O gerente ficou maluco	202
4.2 Sorria!	215
4.3 Imperdível 1	220
4.4 Me ajude	225
4.5 Panfleto	232
4.6 Venha morar	235
4.7 Vendo	242
4.8 Vende-se este lote (folha)	250

4.9 Caminhada da rodoviária do Plano Piloto até o Conjunto Nacional	252
4.10 Placas de Olhos D'água	236
4.11 Manual de instruções	263
Obrigado, volte sempre!	267
Glossário	271
Referências	275

LISTA DE IMAGENS

- 1**
Eduardo Paolozzi
I was a rich man's plaything
1947
35,9 x 23,8 cm
Tate Museum, Londres
- 2**
Richard Hamilton
*Just what is it that makes today's
homes so different, so appealing?*
1956
26 cm x 24,8 cm
Kunsthalle Tübingen, Tübingen
- 3, 4**
Exemplos de objetos *Kitsch*
- 5**
Jackson Pollock
No. 5, 1948
1948
Óleo sobre compensado
240 x 120 cm
Private collection, Nova York
- 6**
Robert Rauschenberg
Bed
- 1955
Óleo e lapis sobre travesseiro e
colcha sobre madeira
191,1 x 80 x 20,3 cm
The Museum of Modern Art,
Nova York
- 7**
Jasper Johns
Flag
1954 - 55
Encáustica, óleo e colagem
sobre tela
107,3 x 153,8 cm
The Museum of Modern Art,
Nova York
- 8**
Roy Lichtenstein
Drowning Girl
1963
Óleo e tinta sintética sobre tela
171,6 x 169,5 cm
Museum of Modern Art, Nova
York
- 9**
Roy Lichtenstein
Bedroom at Arles

1992
Óleo sobre tela
320 x 420 cm
Coleção Robert e Jane
Meyerhoff, Fitzhugh Farm

10
Andy Warhol
Campbell's soup cans
1962
Serigrafia sobre tela
32 telas de 51 x 41 cm
Museum of Modern Art, Nova
York

11
Andy Warhol
Marilyn Diptych
1962
Serigrafia sobre tela
205,4 x 289,5 cm
Tate Museum, Londres

12
Andy Warhol
Race Riot, da série *Death and
Disaster*
1964
Serigrafia sobre tela
150 x 170 cm
Gagosian Gallery, Nova York

13
Claes Oldenburg
Chothespín
1976
Aço
1400 x 373 x 137 cm
Filadélfia

14, 15, 16, 17
Julio le parc
Jeux-enquetes
1968
Dimensões variáveis
(quatro vezes)

18
Luiz Camnitzer
*Gradualmente o tempo se tornou
uma navalha*, da *Serie de la tortu-
ra uruguay*
1983-1984
74 x 55 cm
Aanat & Zoo Gallery

19
Luiz Camnitzer
*Ele era conhecido por causa de
sua precisão*, da *Serie de la tortu-
ra uruguay*
1983-1984
74 x 55 cm
Aanat & Zoo Gallery

20
Hélio oiticica
Tropicália
1967
Dimensões variáveis

21
Cláudio Tozzi
Anúnciação da chegada a Lua
1969
Epóxi sobre esmalte sintético
sobre Eucatex
95 x 95 cm

22
Antonio Dias
The American Death: Bamboo!
1967
Acrílica sobre tela
97 x 189,5cm
Acervo da pinacoteca do estado
de São Paulo, São Paulo

23
Raymundo Colares
Lateral de Ônibus
1969
Esmalte sobre compensado
160 x 160 cm
Coleção Roger Wright

24
Maurício Nogueira Lima
Shazam
1967
Acrílica sobre compensado
98,4 x 99 cm
Coleção Roger Wright

25
Antonio Henrique Amaral
Brasileira-litoral-2
1968
Óleo sobre madeira
163 x 132 cm
Acervo da pinacoteca do estado
de São Paulo, São Paulo

26
Pedro Escosteguy
Linha de Força
1965
Acrílica sobre madeira e tecido,

arame, plástico, prego e metal
205 x 182,6 x 4,4 cm
Coleção Roger Wright

27
Carlos Zilio
Reina tranquilidad
1988
Acrílica sobre máscaras de
plástico, acrílica e vinil adesivo
sobre aglomerado e serigrafia
135 x 65,2 x 15,6 cm
Coleção Roger Wright

28
Rubens Gerchman
*Lindonéia, a Gioconda do subúr-
bio*
1966 - 1968
Serigrafia sobre papel
50 x 50,1 cm
Coleção Roger Wright

29
Rubens Gerchman
*A família dividida: Vasco/Bota-
fogo*
1968
Acrílica sobre madeira, cartão,
fotocópia sobre papel, vidro e
tinta automotiva sobre aglome-
rado e metal
50 x 50,1 cm
Coleção Roger Wright

30
Waldemar Cordeiro
*Contra os urubus da arte concre-
ta histórica*

- 1964
Calota de metal, disco de metal, esmalte sintético, espelho, guidão de triciclo em madeira e metal policromado, roda de triciclo em metal e plástico e selim de bicicleta em metal sobre madeira
110,5 x 80,5 x 27,6 cm
Coleção Roger Wright
- 31**
Nelson Leirner
Adoração (altar para Roberto Carlos)
1966
Tecido, pinturas, catraca
205 x 105 cm
Museu de Arte de São Paulo, São Paulo
- 32**
Bárbara Wagner
Brasília Teimosa
2005-2007
Impressão fotográfica sobre Plexiglass
22 fotografias de 20 x 30 cm, 30 x 45 cm, 50 x 75 cm
- 33**
Bárbara Wagner
Mestres de Cerimônias
2016
Jato de tinta sobre papel de algodão
20 fotografias de 80 x 120 cm
Projeto comissionado pelo Instituto Moreira Salles através da
- Bolsa ZUM / IMS 2015
- 34**
Marcel Duchamp
Prelude to a Broken Arm
1915
Pá
12,9 x 45,7 x 10,2 cm
Yale University Art Gallery, Connecticut
- 35, 36**
The Factory, ateliê de Andy Warhol
(duas vezes)
- 37**
Jeff Koons e seus assistentes de ateliê
- 38**
Sol Lewitt
Wall Drawing #1136
2004
Tinta sobre parede
Dimensões variáveis
Tate Museum e National Galleries of Scotland
- 39**
Joseph Kosuth
One and three chairs
1965
Cadeira de madeira, fotografia de uma cadeira, ampliação fotográfica da definição de 'cadeira' do dicionário
Cadeira: 82 x 37,8 x 53 cm; Fotografia: 91,5 x 61,1 cm; Defini-
- ção: 61 x 76,2 cm
Larry Aldrich Foundation
- 40**
Hans Haacke
Grass cube
1967
Acrílico, terra, semente de grama, água
76,2 x 76,2 x 76,2 cm
- 41**
On Kawara
9 JAN 1973, da série *Today Paintings: Date Paintings*
1973
Acrílica sobre tela
25,4 x 33 cm
Simoens Gallery
- 42**
Robert Rauschenberg
Erased de Kooning Drawing
1953
Vestígios de desenho sobre papel e moldura dourada
64,1 x 55,2 cm
Collection SFMOMA, Nova York
- 43**
Francis Alÿs
When Faith Moves Mountains
2002
Performance realizada em Lima, Peru
- 44, 45**
León Ferrari
- Nosotros no sabíamos*
1976
Compilação de notas jornalísticas sobre a repressão durante 1976
25,5 x 21 cm
Colección Alicia y León Ferrari.
- 46, 47**
Exposição *Tucumán Arde*
- 48**
León Ferrari
La civilización occidental y Cristiana
1966
Plástico, óleo e gesso
200 x 120 x 60 cm
Colección Alicia y León Ferrari
- 49, 50, 51**
Cildo Meireles
Inserções em Circuitos Ideológicos: Projeto Coca-Cola
1970
Garrafas de Coca-Cola e texto impresso
Acervo Inhotim
- 52**
Cildo Meireles
Árvore do dinheiro
1969
Cédulas de cem cruzeiros
7 x 7,7 x 3 cm
- 53**
Cildo Meireles
Zero Cruzeiro

1974 – 1978
Litografia offssset sobre papel
7 x 15,5 cm
Acervo Inhotim

54
Exposição *Nova Crítica*, de
Frederico Morais

55, 56, 57
Cildo Meireles
*Inserções em Circuitos Ideológi-
cos: Projeto Cédula*
1975
Carimbo sobre cédula
Acervo Inhotim

58, 59, 65
Artur Barrio
SituaçãoT/T1.....
1970
Sangue, carne, ossos, barro,
espuma de borracha, pano, cor-
das, facas, sacos, cinzel, etc.
Dimensões variáveis
Evento do Corpo à terra, no
Parque Municipal de Belo
Horizonte

60 - 63
Artur Barrio
*Situação...ORHHHHHHH ...ou
...5.000 ...T.E ...EM... N.Y ...City
.....1969*
1969
Sacola de papel com jornal, pa-
pel-alumínio, saco de cimento,
lixo
Dimensões variáveis

Salão da Bússola, no Museu
de Arte Moderna do Rio de
Janeiro

64
Artur Barrio Produzindo as
Trouxas

66
Hélio Oiticica
Parangolés
1964
Projeto Hélio Oiticica

67,68
Artur Barrio
Defl... Situação... +S+... RUAS
1970
Sacos plásticos cheios de
sangue, unhas, saliva, cabelo,
urina, excremento, osso, papel
higiênico, absorvente, serra-
gem, algodão, resto de comida,
negativos de filme, etc.
Dimensões variáveis

69
Antonio Manuel
sem título
1966
Giz de cera sobre jornal
Dimensões variáveis

70
Antonio Manuel
A imagem da violência, da série
Flans
1968
Tinta acrílica sobre flan

56 x 39cm

71
Antonio Manuel
Dura assassina, da série *Flans*
1968
Tinta acrílica sobre flan
56 x 39cm

72
Antonio Manuel
Repressão Outra Vez: Eis o Saldo
1968
Corda, tecido, serigrafia e
madeira

73, 74
Antonio Manuel
Clandestinas
1973
Jornal modificado
56 x 39cm

75
Duas páginas da obra
De 0 a 24h
1973
Jornal
56 x 39cm

76
Ficha de inscrição de Cildo
Meireles para o Salão da Bús-
sola

77, 78
PORO
Faixas de anti-sinalização
2009

Faixas

79
PORO
Perca tempo
2010
Faixas, panfletos e broches

80
Pierre Fonseca
Vecana
2011
Placas de metal sobre árvore

81, 82
Coletivo Filé de Peixe
Piratão
2009 – hoje
Venda de DVDs piratas

83, 84
Daniel Escobar
A verdade das coisas
2008
Faixas recortadas e algodão

85
Guga Ferraz
Bala perdida
2003 – 2009
Bala, papel e saco plástico

86, 87
Don Quijote
sem título
2006
Adesivo sobre placa de sinali-
zação

88, 89, 90

Jonathas de Andrade
O Levante
2012-2014
Corrida de carroça e registros

91, 92, 93

Gustavo Piqueira
Valfrido?
2015-2016
Malas diretas, homens-placa,
cartazes, livro

94 - 99

Etiquetas de supermercado
e etiquetas *O Gerente ficou
maluco*

100 - 115

José de Deus
O gerente ficou maluco
2016 - 2018

116, 117

Frames de *Sorria!*

118 - 127

Frames de *Imperdível 1*

128

Mensagem encontrada em eti-
queta de roupa da loja Primark

129 - 135

Etiquetas de roupas e etiquetas
Me Ajude

136 - 145

José de Deus

Me ajude

2019

146 - 151

Frames de *Panfleto*

152, 153

Envelopes *Venha Morar*

154 - 157

*Printscreens do Google Street
View*

158 - 161

Arte-Panfletos de *Venha Morar*

163 - 174

José de Deus
Vendo
2018

175, 176

Tirando as faixas vendo do case
de contrabaixo

177, 178

José De Deus
Vende-se este lote (folha)
2018

179 - 188

José de Deus
*Caminhada da rodoviária do
Plano Piloto até o Conjunto
Nacional*
2017 - 2019

189 - 204

José de Deus

Placas de Olhos D'água

2018 - 2019

Óleo, acrílica e carvão sobre
tela e compensado
Dimensões variáveis

205

Pablo Picasso
The Architect's table
1912
72,6 x 59,7 cm
Óleo sobre tela
The Museum of Modern Art,
Nova York

206

Detalhe do manual de ins-
truções da série *Quer pagar
quanto?*

207

Fabiano Augusto, garoto-pro-
paganda da *Casas Bahia*

ENTRADA

Esta dissertação de mestrado surgiu no supermercado. Ela se iniciou com uma vontade minha de inserir pequenas mensagens políticas no cotidiano das pessoas e pensar nesses lugares como suporte para objetos artísticos. A esfera cotidiana escolhida para receber as mensagens foi o momento de fazer compras, onde o espectador-consumidor está concentrado em adquirir produtos específicos – seja pela necessidade ou pelo mero prazer do consumo – e não prevê se deparar com um objeto que conflita com o ambiente. Boa parte das mensagens são relativas a temas políticos e sociais, alguns abrangentes, outros específicos ao Brasil.

O primeiro trabalho feito com esse intuito se chama *O gerente ficou maluco* e teve início em 2016. Pequenas mensagens substituem os preços dos produtos nas etiquetas e placas de oferta do supermercado. Outro desejo meu, que envolve esta série de intervenções, é de fazer arte com materiais acessíveis, de baixo custo, e que não requisa habilidades artesanais do artista que deseja realizá-la. O lugar onde o objeto se instala também é acessível, pois qualquer artista que queira pode expor nele, diferente de um espaço expositivo tradicional da arte, que exige certos protocolos e burocracias, como a apresentação de um projeto ou portfólio.

Foi então que, a fim de entender melhor os caminhos desta série, comecei a buscar referências artísticas. Depois de algumas tentativas, ao pesquisar no *Google* as palavras “mercado” e “arte”, encontrei nesta busca apenas sites de galerias, colecionadores e feiras de arte. Só mais adiante apareceram referências sobre ações de artistas que trabalhavam com intervenções urbanas, questões da cultura de massa, e abordagens políticas.

A partir da investigação de diversas dessas obras que se relacionam com meu trabalho, identifiquei três núcleos de pensamento distintos. O primeiro é sobre a sociedade de consumo e a cultura de massa, o segundo abrange questões culturais, sociais e políticas presentes nos países ditos subdesenvolvidos, e o terceiro questiona estruturas da Arte, como o objeto, o lugar onde ele se insere e como ele é feito. Algumas obras atravessam mais de um desses núcleos, outras não.

Assim, fui procurar na Geografia, na Filosofia e na área de Comunicação estudos relacionados aos temas de cada um desses grupos que organizei. A História da Arte está também junta a essas áreas nos momentos em que relaciono a obra dos artistas com a situação social do momento e do local em que cada um está. Nesta pesquisa, decidi criar um robusto bloco historiográfico devido à falta de visibilidade desse tipo de obra artística que senti em minha trajetória acadêmica.

A partir dessas escolhas, a dissertação foi parcelada em quatro vezes.

A 1ª Parcela – Arte e fortuna: primeiras referências financiadas – propõe uma reflexão sobre o mundo do consumo e seus meios: imagens massivas que são produzidas unicamente para o prazer; hiperinformações que veiculam diariamente propagandas com promessas de sonhos dificilmente atingíveis; celebridades com sorrisos eternos. Essas imagens, segundo o filósofo Byung-Chul Han, são feitas para contaminar, não para serem lidas, e o seu consumo, para o geógrafo Néstor Canclini, não é apenas um ato individual de possuir objetos, mas uma prática coletiva que constrói e desata laços sociais.

Nesta parte, também analiso algumas poéticas de artistas que tentaram compreender um novo mundo cheio de novidades que surgia à sua frente, artistas que se apropriam das novas tecnologias e examinam certos detalhes desse novo cotidiano com precisão. Destacando-se neste universo, dentro da História da Arte, Andy Warhol é incontornável. Este grande artista trouxe métodos de produção industrial para dentro de seu ateliê e se apropriou de diversos símbolos da cultura Pop dos Estados Unidos.

Na 2ª Parcela – Arte e Crise: concepções compradas à vista por alguns artistas contemporâneos – reflito sobre o fenômeno global que o geógrafo David Harvey (2004, p.88) chama de “processo de produção de desenvolvimento temporal e geográfico desigual” e suas consequências, como a contaminação cultural mútua entre países, que, segundo o geógrafo Milton Santos, não ocorre de forma apaziguada e nos afasta do mito da “aldeia global”.

Seguindo uma linha de pensamento similar, diversos artistas latino-americanos refletem sobre estratégias e métodos de como fazer e pensar uma arte que dialoga com essas questões. Isto ocorre no caso do artista argentino Julio Le Parc, o qual defende que vivemos uma sociedade apoiada na relação entre um pequeno grupo de dominantes e um vasto grupo de dominados. Neste contexto, o artista tem o papel de produzir uma guerrilha cultural e “criar situações onde as pessoas reencontrem sua capacidade de produzir mudanças” contra esse sistema (2006, p. 202). No Brasil, quando o país havia acabado de entrar no processo de industrialização, nos anos 60, um grupo conhecido como a Nova Figuração Brasileira produz obras utilizando materiais industriais e imagens *Pop* mesclados com questões presentes na cultura brasileira, mas diferentes das que Warhol discutia.

A tensão é um dos temas que impulsiona a produção dos artistas que estudei na 3ª Parcela – *Arte e colapso: o objeto, o artista e o espectador entram no cheque especial*. Em um mundo cada vez mais centrado no acúmulo de bens materiais, o objeto artístico é posto em xeque por diversos artistas. O artista francês Marcel Duchamp cria seus *ready-mades*: objetos industrializados e cotidianos que o artista se apropria, trata e expõe como obras de arte em galerias, livrando o artista da obrigação de produzir objetos com as próprias mãos. Para o artista estadunidense Sol Lewitt, ao explicar sobre o que ele chama de Arte Conceitual, diz que a produção manual do objeto artístico é um “assunto perfunctório” e a ideia deve ser o centro da obra de arte. O crítico de arte Frederico Morais diz que a arte não existe mais fisicamente, porque é apenas uma situação ou um

processo. O artista, quando se alia ao cotidiano, utiliza apenas materiais precários ao invés de molduras e pedestais: “tudo pode transformar-se em arte, mesmo o mais banal evento cotidiano” (1970, p.49).

Na América Latina, a Arte Conceitual chega no momento em que diversas ditaduras militares eclodem sobre o continente, fato que trouxe teor político ao trabalho de diversos artistas: o argentino León Ferrari produz um livro chamado *Nosotros no sabíamos*, que compila notícias sobre crimes praticados durante a ditadura. No Brasil, muitos desses trabalhos ocorriam fora de espaços expositivos tradicionais. Cildo Meireles, em sua obra *Inserções em circuitos ideológicos: Projeto Coca-Cola*, de 1970, propõe uma ação que vai além da feitura de um objeto: coletar garrafas retornáveis de Coca-Cola, inserir nelas mensagens subversivas e devolvê-las à circulação. Artur Barrio não se interessa por materiais duráveis e propõe intervenções e instalações feitas apenas de lixo orgânico e inorgânico. Antonio Manuel insere suas obras no cotidiano através de intervenções feitas em capas do jornal *O Dia*, além de realizar uma exposição individual utilizando o periódico como suporte.

Por fim, na 4ª parcela – *Quer pagar quanto? – intervenções em lugares comerciais*, são apresentados processos artísticos em lugares comerciais. Em busca de uma poética do comércio, caminho, observo, registro. Em alguns lugares, eu interfiro e modifico, em outros, apreendo e me aproprio. Tento vender e negociar. Mercados. Supermercados. Hipermercados. Shoppings. Condomínios fechados. Casas do interior. Ruas. Terras. Planetas.

1ª PARCELA

ARTE E FORTUNA:

**PRIMEIRAS
REFERÊNCIAS
FINANCIADAS**

1.1 Imagens à venda

Passando por supermercados, shoppings, feiras, ruas e ônibus cheios de vendedores ambulantes – fazendo compras do dia a dia, desde produtos de limpeza, roupas, utensílios domésticos a chicletes, balinhas e DVDs piratas, comecei a reparar nos detalhes visuais e sonoros (entre outros que vão além dos sentidos), ali presentes e como eles podem expor diversos aspectos que vão além do universo da compra e da venda.

A partir de pessoas que circulam nesses lugares, podemos tentar inferir sobre suas formas de pensar, de se comportar, de interagir, de consumir, suas ideias e até seus preconceitos, desejos e posições políticas. Mas também há aqueles que não estão ali fisicamente, mas exercem sua força manipuladora de desejos como: os chefes dos funcionários, exigindo sempre mais atividade; os donos das marcas industriais e das agências de publicidade, sempre buscando o lucro; vigilantes e policiais cuidando e zelando pelos objetos em detrimento das pessoas e os modelos e garotos propaganda, sempre contemplando belezas europeias, brancas e assépticas.

Nesses meios, o uso da Imagem está sempre presente e é fundamental para o funcionamento de todas as peças na sociedade do consumo. Para o filósofo Byung-Chul Han, que usa o termo *Sociedade da transparência* para se referir ao que se assemelha ao mais comumente utilizado termo teórico *Sociedade de Consumo*, essas Imagens vêm de uma linguagem totalmente mecânica e que não permite qualquer hesitação ou ambiguidade, e elas

tornam-se transparentes quando, despojadas de qualquer dramaturgia, coreografia e cenografia, de toda profundidade hermenêutica, de todo sentido, tornam-se pornográficas, que é o *contato* imediato entre imagem e olho (Han, 2012, p.10).

Essas imagens circulam e chegam às pessoas em um fluxo rápido, impregnando a vida cotidiana, estetizando tudo que está a nossa volta, moldando nosso estilo de vida, afogando nossos desejos genuínos e nos fazendo fantasiar uma realidade idealizada. Para Jean Baudrillard, essa imprecisão que a infinidade de Imagens causa na realidade se chama hiper-realidade, onde o encantamento estético está em todo lugar, de maneira que “paira sobre tudo uma espécie de paródia não-intencional, (...) de fama indefinível à qual se fixa um prazer estético” e “a própria realidade, totalmente impregnada por uma estética inseparável de sua própria estrutura, vem se confundindo com sua própria imagem”(apud Featherstone, 1995, p. 101-102). Elas são estridentes e não possuem, nem admitem memória, servem apenas para serem consumidas e para fornecerem prazer imediato. “São pós-herme-

nêuticas. (...) Seu modo de atuação não é a leitura, mas a contaminação” (Han, 2012, p.67).

A alta velocidade a qual as Imagens circulam deve-se às novas técnicas da informação e informática. Elas são essenciais para a comunicação entre todos os agentes da sociedade contemporânea e, segundo o geógrafo Milton Santos, em seu livro *Por uma outra globalização*, publicado originalmente em 2000, tem uma função “determinante sobre o uso do tempo, permitindo, em todos os lugares, a convergência dos momentos, assegurando a simultaneidade das ações e (...) acelerando o processo histórico” (2013, p.25). Nesse ritmo frenético, a *Sociedade da transparência* se torna uniformizada, pois na comunicação, em sua velocidade máxima, acontece uma *reação em cadeia do igual*, que resiste ao que é *alheio* e elimina o *outro* ou o *estranho*. Nela, não se permite qualquer lacuna de informação ou Imagem transmitida, por mais que o pensamento humano necessite de espaços vazios para funcionar e, o acúmulo de informação, por si só, não produz qualquer verdade ou real conhecimento, pois lhes falta direção (Han, 2012).

A hiperinformação e hipercomunicação gera precisamente a *falta de verdade*, sim, a *falta de ser*. Mais informação e mais comunicação não afastam a fundamental *falta de precisão do todo*. Pelo contrário, intensifica-a ainda mais (Han, 2012, p.25).

Essa hiperinformação é chamada por Milton Santos de *tiranania da informação*, que junto com a *tiranania do dinheiro*, são os pilares fundamentais para o funcionamento do capita-

lismo globalizado. A informação controla os espíritos e o dinheiro regula as finanças. São duas violências que, somadas, aceleram ações hegemônicas que levam “ao império das fabulações, a percepções fragmentadas e ao discurso único do mundo, base dos novos totalitarismos – isto é, dos globalitarismos” e empurra grupos não hegemônicos à subordinação ou ao esquecimento (2013, p.35).

Essas informações, que, possibilitariam mais conhecimento para a população, acabam sendo usadas em função de objetivos particulares de algumas empresas e Estados, aprofundando o peso dos mecanismos hegemônicos e ampliando desigualdades, tornando o centro cada vez mais potente e a periferia cada vez mais periférica. Isso se deve ao fato de que, para Milton Santos (2013), essas informações mais confundem que esclarecem, pois elas têm dois rostos, um que busca instruir e outro, mais presente, que busca convencer. E convencer é o grande papel da publicidade, uma das peças fundamentais do comércio.

1.2 Desejos consumidos

Hoje, a publicidade se tornou algo que antecipa a produção do produto a ser consumido, pois ela já prepara e educa o consumidor antes de qualquer coisa: “Há toda uma maneira de organizar o consumo para permitir, em seguida, a organização da produção” (idem, p.49). No mundo contemporâneo, ela está penetrada, exerce poder e dita as regras em todas as atividades possíveis, até em exercícios políticos. Sua função não é apenas informar qualidades

de produtos e serviços a fim de estimular o consumo, mas também de gerir um sistema de comunicação privilegiado que dissemina padrões de comportamento, que categoriza pessoas, reforçando suas diferenças e agrupando as semelhantes, definindo condições sociais de acordo com seu poder de compra. Para o antropólogo Everardo Rocha, a publicidade em si, é um produto mais consumido que os produtos que ela divulga:

em cada anúncio “vende-se” “estilos de vida”, “sensações”, “emoções”, “visões de mundo”, “relações humanas”, “sistemas de classificação”, “hierarquia”. (...) Se compararmos o fenômeno do “consumo” de anúncios e o de produtos, iremos perceber que o volume de “consumo” implicado no primeiro é infinitamente superior ao do segundo. O “consumo” de anúncios não se confunde com o “consumo” de produtos. Podemos até pensar que o que menos se consome num anúncio é o produto (apud Carrascoza, 2008, p.218-222).

Após o surgimento e aprimoramento dos processos industriais, a mercadoria torna-se cada vez mais automatizada e desumanizada, devido a presença de grandes maquinários na maioria dos processos de produção. Porém, o consumidor final será um indivíduo, uma pessoa que tem “face, nome e identidade para que tenham lugar no fluxo de vidas específicas” (ibidem, p.218). Assim, a etapa da produção mecanizada e desumanizada é inversa à etapa humanizada do consumo e, como fio condutor entre as duas pontas, tem a publicidade como mediadora entre as etapas

e endossadora do consumo de produtos desumanizados, acelerando a circulação de bens no sistema e apressando o consumo da mercadoria.

Suas mensagens, além de destacar qualidades dos produtos, acrescentam aos anúncios frases impositivas como “Compre Baton”, “Abra já a sua conta” ou “Beba Coca-Cola”, que levará o consumidor a “agir em direção, senão à compra do produto, à adesão a sua proposta (...), que o gratificará, no mínimo, com a sensação de pertencimento” (Carrascoza, 2008, p.220).

Esse sentimento de pertencimento a um grupo específico é um dos principais motores do consumo que, associado a impossibilidade de grupos distintos obterem tais produtos, é mais decisivo no momento da compra que a própria satisfação de alguma necessidade. Por isso que o antropólogo mexicano Néstor García Canclini afirma em seu livro *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização* que, na sociedade atual “boa parte da racionalidade das relações sociais se constrói, mais do que na luta pelos meios de produção, da disputa pela apropriação dos meios de distinção simbólica” (1995, p.55-56). Logo, o consumo se torna um instrumento tanto de distinção, como de integração de indivíduos. Ele não é apenas o ato individual de posse de objetos, mas um ato coletivo, de “relações de solidariedade e distinção com outros, de bens que proporcionam satisfações biológicas e simbólicas, que servem para enviar e receber mensagens” (idem, p.66).

Assim, Canclini conclui que ao consumir produtos, seja para organizá-los pela casa, seja para vestir ou para co-

municar algo, estamos pensando no nosso próprio corpo dentro de uma sociedade com relações instáveis: “Consumir é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora” (idem, p.59).

1.3 Mudanças de valor

Nesse sistema de grande fluxo de imagens, informações e consumo, as coisas não mais seguem a lógica de Walter Benjamin, em que “é mais importante que existam do que sejam vistas” (apud Han, 2012, p.27). Agora, elas, segundo Byung-Chul Han, se transformaram em mercadoria e precisam ser *expostas para existirem*,

seu valor cultural desaparece em favor de seu valor expositivo. Em vista desse valor expositivo, sua existência perde totalmente a importância. Pois, tudo o que repousa em si mesmo, que se demora em si mesmo passou a não ter mais valor, só adquirindo algum valor se for *visto* (Han, 2012, p.28).

O valor expositivo vai além da dicotomia marxista entre valor de uso e valor de troca, pois ele não se refere a nenhum tipo de utilidade ou expressa qualquer tipo de produção por meio de trabalho. “Deve-se unicamente à produção do chamar a atenção” (idem).

Para Benjamin, o momento no qual a exposição se tornou mais importante de que a existência das coisas foi o

advento da fotografia. Esta tinha um elemento de resistência, que era o rosto humano, esta lógica: “No ‘culto da memória aos entes queridos’, o valor cultural da imagem teria ainda seu ‘último refúgio’”. Porém, na sociedade contemporânea, com o uso frequente de programas de manipulação de imagens e veiculação imagética de rostos pelas diversas mídias de massa, incluindo as redes sociais da internet, o rosto se torna o que Han chama de *face*, que é o semblante humano exposto, como mercadoria, como superfície, sem memória.

Essa *face* exposta é de um indivíduo que se torna seu próprio objeto-propaganda, que se explora e se desvela, a fim de ser consumido e gerar valor imediatamente, não permitindo qualquer ambiguidade. Sua imagem é rasa, pois a “complexidade retarda a velocidade da comunicação, e a hipercomunicação anestésica, para acelerar-se, reduz a complexidade” (idem, p.35).

Assim, Han evoca a *tiranía da visibilidade*, que obriga tudo a ter valor expositivo e tornar-se visível e elimina, ou põe em suspeita, qualquer coisa que não se submete à visibilidade, somando-se às *tiranias da informação* e *tiranía do dinheiro*, estudadas por Milton Santos.

O dinheiro, então, aqui se apresenta em estado puro e se posiciona no centro do mundo contemporâneo. “juntos, o dinheiro e o consumo aparecem como reguladores da vida individual. O novo dinheiro torna-se onipresente” (Santos, 2013, p.56). Somado ao valor de exposição causado pelas imagens, o dinheiro dá valor de troca a tudo, monetizando e gerando danos à vida cotidiana, além

de endossar a acumulação de bens materiais (que só é possível para alguns, mas endivida a maioria), o que torna todos os aspectos da vida calculáveis, “uma vez que todas as diferenças essenciais, tradições culturais e qualidades são transformadas em quantidades” (Featherstone, 1995, p.33). Desta forma, o valor de troca suprime a memória do valor de uso das mercadorias. Tudo torna-se passível de ser associado a ilusões publicitárias, como imagens de sucesso, qualidade de vida, beleza, conforto, romance, desejo, segurança, luxo. E toda e qualquer relação entre as pessoas torna-se passível de ser baseada no interesse pessoal do *pagamento em dinheiro*, que converte e unifica todas as profissões a apenas trabalhadores assalariados pagos, reprimindo

os mais celestiais êxtases do fervor religioso, do entusiasmo cavaleiresco, dos sentimentos simples, nas águas gélidas do cálculo egoísta. Transformou o valor pessoal em valor de troca, e em lugar das liberdades inalienáveis reconhecidas legalmente, que não se pode mensurar, instalou uma única liberdade inescrupulosa – o Livre Comércio (Marx; Engels apud Harvey, 2004, p.38).

Num mundo dominado pelo dinheiro, a competitividade se torna norma, como se houvesse uma batalha em destino ao maior acúmulo de conquistas e bens materiais, excluindo quem tem menos e exaltando quem tem mais. Para Milton Santos, a sociedade abraça a competitividade em detrimento da generosidade e, no meio social,

levanta-se utilitarismos como regra de vida mediante a exacerbação do consumo, dos narcisismos, do imediatismo, do egoísmo, do abandono da solidariedade, com a implantação, galopante, de uma ética pragmática individualista (Santos, 2013, p.54).

1.4 Pop Art, cultura de massa e vida cotidiana

Para os Estados Unidos, centro do poder econômico capitalista durante maior parte do século XX, principalmente no pós-segunda guerra, apenas o lado bom desse tipo de cultura era explorado pela mídia: o grande sonho do conforto, igualdade, dinheiro, sucesso, enfim, o *American Way of Life*, a celebração do modo de vida dos EUA, era (e ainda é) promovido diariamente pelas grandes mídias de massa. Os artistas estadunidenses, nos anos 60, começaram a questionar este modo de pensamento em suas obras. Esse grupo de artistas era chamado de *Pop Art*.

Porém, antes de se aprofundar na *Pop* dos EUA, vale a pena falar sobre um grupo artístico que já estava interessado em elementos da cultura de massa: O *Independent Group*, criado na Inglaterra em 1951. Seus integrantes eram os artistas Eduardo Paolozzi e Richard Hamilton, os arquitetos Alison e Peter Smithson e o crítico de arte Lawrence Alloway. Para eles, o interesse por esse tipo de linguagem manifesta-se como algo não aristocrático e contra as tradições estabelecidas em sua

cultura, algo que se aproxima do novo mundo visual que começava a surgir naquele momento, com novos comportamentos e novas vontades.

A obra de arte deste grupo com data mais antiga é *I Was a Rich Man's Plaything*, de Eduardo Paolozzi, uma colagem feita em 1947. Nela, a figura de uma pin-up sorridente ocupa a maior parte da composição e ao lado, há uma mão apontando uma arma em direção à sua cabeça, com uma pequena fumaça saindo da ponta arma, como se ela acabasse de disparar. Dentro da fumaça está escrito *POP*: tanto o som violento e ruidoso do disparo da pistola, como o nome que iria designar esse e outros grupos de artistas a partir daí.

O crítico Lawrence Alloway utiliza o termo *Pop* pela primeira vez em 1954 para designar o interesse de seu grupo pela cultura de massa. Em 1957, o artista Richard Hamilton envia uma carta a seus colegas do grupo com uma definição para *Pop Art*:

Popular (concebida para um público de massa).
Transitória (soluções a curto prazo). Dispensável (fácil de esquecer). De baixo custo. Produzida em massa. Jovem (destinada à juventude). Espirituosa. Sexy. Artificiosa. Glamourosa. *Big Business* (Hamilton apud Mesquita, 2017, p.185).

O que interessa ao *Independent Group* é a linguagem visual dos filmes, dos cartazes, das propagandas, dos eletrodomésticos, das televisões, da literatura barata, das revistas... Enfim, conteúdos produzidos a priori, para o consumo no



Fig. 1 Richard Hamilton
Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?, 1956

cotidiano, não para a fruição em um espaço expositivo. Como o crítico de arte Tiago Mesquita diz, “não é a arte que vai à indústria, para que aprenda com seus procedimentos racionais, mas ao contrário: a arte se empenha em falar a linguagem da indústria cultural” (2017, p.187). Aqui o grupo pretende romper a hierarquia que separa a alta cultura de uma arte do museu da produção industrial da cultura de massa.

A busca do grupo por romper essas barreiras é, para Néstor Canclini, um subterfúgio que artistas eventualmente começariam a adotar caso quisessem atingir público mais amplo em uma sociedade cada vez mais modernizada e com uma indústria cultural cada vez mais expansiva, ao passo que muitos artesãos, que produzem trabalhos voltados para o tradicional, teriam que aderir a certos elementos de outras fontes para continuar trabalhando:



Fig. 2 Eduardo Paolozzi
I was a rich man's plaything, 1947

Do mesmo modo que artesãos ou produtores populares de cultura (...) não podem já referir-se apenas a seu universo tradicional, os artistas também não conseguem realizar projetos reconhecidos socialmente quando se fecham em seu campo. O popular e o culto, mediados por uma reorganização industrial, mercantil e espetacular dos processos simbólicos, requerem novas estratégias (Canclini, 1997, p.96).

Pode-se notar esse esforço na obra mais famosa do grupo: A colagem de Richard Hamilton, *Just what is it that makes today's homes so diferente, so appealing?*, de 1956, que contém alguns elementos tanto da “alta” como da “baixa” cultu-

ra. No primeiro plano do ambiente da obra (uma sala de estar), há um fisiculturista segurando um pirulito gigante da marca *Tootsie Roll Pop*, próximo a um aparato tecnológico recente na época e de uma poltrona colorida. Atrás dele, uma moça limpa uma longa escada com um aspirador de pó com uma seta apontando para ele com uma frase elogiosa escrita. Um pouco mais a fundo do plano da colagem há um presunto enlatado sobre a mesa de centro, a frente de uma mulher seminua sentada no sofá. No teto da sala de estar há uma foto do planeta Terra, a qual só pôde ser registrada graças às novas tecnologias. Ao fundo do ambiente, o artista coloca uma televisão, um quadro na parede (que na verdade é uma capa de revista em quadrinho), um abajur com o brasão da marca de carros *Ford* estampado sobre ele, uma janela que dá de frente a um cinema e, por último, um quadro com um retrato realista e moldura rebuscada que seguem convenções artísticas de outrora, de um passado que a indústria de massa está colaborando para que fique cada vez mais distante.

No que se refere à técnica utilizada, tanto na obra de Hamilton como na de Paolozzi (a colagem), o artista Adolfo Montejo Navas faz o pertinente comentário que, de certa maneira, relaciona a técnica com o ambiente que está sendo construído pela cultura de massa:

Na natureza da colagem (...) procura-se responder a um mundo caótico, com sua credibilidade humanista afetada, instável com uma visão múltipla. (...) As justaposições e discordâncias são o trabalho de construção e desconstrução sobre uma matéria que é o acaso, o descontinuo,

o acidente, a fragmentação do mundo em partes de acontecimento. Uma quebra representacional dentro da visualidade que responde a uma quebra maior, de sentimento e de entendimento do mundo. No mundo, cada fragmento é um desvio, um antídoto para essa totalidade examinada como canônica e insuficiente (Navas apud Longo, 2017, p.144-145).

1.5 – Algumas congruências entre a *Pop Art* e o *Kitsch*

Para o crítico de arte Tiago Mesquita, a *Pop* pode ser comparada com produções culturais associadas ao *kitsch*, por exemplo. Mas, de certo modo, seguindo o caminho contrário, pois o *kitsch* almeja o gosto pela tradição, “parte de características de um gosto estabelecido. Quer parecer arte”, apesar de ser objeto industrial, enquanto que a *Pop* propõe trabalhos feitos manualmente, mas que tentam copiar ao máximo a linguagem industrial (2017, p. 186).

O termo *kitsch* não tem uma única definição clara, mas partindo das origens da palavra é possível entender seus significados, assim como suas relações semelhantes e antagônicas com a *Pop*. No livro *O kitsch: a arte da felicidade*, lançado em 1972, Abraham Moles investiga profundamente o termo. O autor diz que *kitsch* é um “estilo marcado pela ausência de estilo, uma função de conforto acrescentada às funções tradicionais” (1972, p.10). O termo tem relação com a palavra alemã *verkitschen*, que significa trapacear, ludibriar.

Temporalmente, Moles separa o *kitsch* em dois: do momento em que a classe burguesa se torna influente e quer ditar as normas da estética artística vigente; e do momento em que o capitalismo cresce e faz do consumo o centro da vida do indivíduo, que “produz para consumir e cria para produzir, em um ciclo cultural onde a noção fundamental é a de aceleração”(1972, p.20-21). Num primeiro momento o objeto tem apenas função de uso, mas em seguida ele “tende a passar ao estatuto de um valor conotativo”. Cria-se uma relação homem-objeto que pouco tem a ver com a utilidade e muito com o aspecto decorativo. O “*kitsch* é uma arte, pois adorna a vida cotidiana com uma série de ritos ornamentais que lhe servem de decoração”. (ibidem, p. 25-26).

O *kitsch* então, preenche um espaço na vida cotidiana do indivíduo que não se sente íntimo de obras de “arte de verdade”:

Pois é difícil viver em intimidade com as grandes obras de arte, (...) como as dos tetos de Michelangelo. (...) é essencialmente democrático: é a arte do aceitável, aquilo que não choca nosso espírito por uma transcendência fora da vida cotidiana, nem por um esforço que nos ultrapassa (ibidem, p.27-32).



Figs. 3, 4
Exemplos
de objetos
Kitsch

1.6 – Como a *Pop Art* lidou com o *American Dream* e como o *American Dream* lidou com a *Pop Art*

Voltando aos Estados Unidos, é necessário explicar o contexto do surgimento da *Pop Art* produzida neste país. A arte estadunidense acabara de se tornar o centro do mundo devido a oportunidades criadas pelo *WPA Art Project* (*Work Projects Administration*), um projeto governamental que nos anos 30 e 40 investiu vigorosamente na arte do país, no intuito de apresentar uma identidade artística para o mundo. Além desse investimento do governo, a guerra que assolara a Europa na primeira metade do século XX fez com que importantes artistas migrassem para o país, entre eles, Marcel Duchamp, Piet Mondrian, Max Ernst, Josef Albers e Marc Chagall, além de outros profissionais que estavam no meio artístico, como críticos, colecionadores e marchands.

Com a presença de grandes profissionais da arte, mas também de muito investimento financeiro, emergiu nos Estados Unidos, seu primeiro movimento artístico com influência mundial: o expressionismo abstrato. Lançando artistas como Jackson Pollock, Willem de Kooning e Mark Rothko, o movimento investigava e aprimorava assuntos pictóricos que muito se debatiam entre as vanguardas europeias que dominavam o cenário artístico há alguns anos anteriores. Para o crítico de arte Clement Greenberg, grande apoiador do movimento, esses artistas conseguiram tirar a arte estadunidense de um lugar de provincianismo e folclorismo:

Os expressionistas abstratos começaram nos anos 40 com uma timidez que não podiam deixar de sentir, como artistas americanos. Tinham muita consciência do destino provinciano que estreitava à sua volta. Este país tivera bons pintores no passado, mas nenhum com originalidade ou talento constantes o suficiente para participar da tendência dominante da arte ocidental (Greenberg, 1997, p.91).

Porém, algum tempo depois, nos anos 60, o movimento já estava, para Arthur Danto, “perdendo o fôlego” (2012, p.31). Desde o final dos anos 50, artistas do país já começavam a propor novas ideias, como os abstracionistas *hard-edge*, que tinham artistas como Frank Stella em seu grupo. As pinturas deste novo grupo possuíam formas mais bem



Fig. 5
Jackson Pollock
No. 5, 1948
1948

definidas e cores uniformes, o que contrastava com as manchas cheias de gradientes e pingos de tinta do grupo antecessor. “A pintura *hard-edge* atacava o que parecia ser o coração da pintura contemporânea, isto é, a expressividade da tinta e a impulsividade com que o pintor interagiu com ela”, afirma Danto (idem).

Robert Rauschenberg e Jasper Johns apresentavam pinturas com outros tipos de pesquisa, se distanciando dos expressionistas e trabalhando com temas mais próximos à vida cotidiana. Os temas de Johns são facilmente reconhecíveis pela maioria das pessoas: mapas, bandeiras, números, letras etc. Rauschenberg pintava literalmente os objetos: ele não pintava a imagem de uma cabra sobre a tela, ele colocava uma cabra empalhada sobre a tela; tampouco não pintava a imagem de uma cama, a própria superfície da cama tornava-se o suporte a receber litros de tinta.

Diversos artistas nos Estados Unidos começaram a seguir esse caminho, buscando e copiando referências da indústria cultural: “Não se trata apenas de coletar uma iconografia da cultura de massa, mas de copiá-la”, diz o crítico Tiago Mesquita (2017, p.188). Em 1963, ocorreu a exposição *Six Painters and the object*, no Guggenheim, curada por Lawrence Alloway e com a participação dos artistas Robert Rauschenberg, Jim Dine, Jasper Johns, Roy Lichtenstein, James Rosenquist e Andy Warhol. E, como de praxe, nem todos gostaram do que viram. A crítica de arte Barbara Rose foi uma delas:



Fig. 6
Jasper Johns,
Flag,
1954 - 55

Fig. 7
Robert Rauschenberg
Bed
1955



EU CONSIDERO ESSAS IMAGENS OFENSIVAS; ESTOU ABORRECIDA POR TER QUE OLHAR EM UMA GALERIA O QUE SOU FORÇADA A VER NO SUPERMERCADO. EU VOU À GALERIA PARA FUGIR DO SUPERMERCADO, NÃO PARA REPETIR A EXPERIÊNCIA (ROSE APUD MESQUITA, 2017, P.188).

O incômodo causado pelo fato de artistas usarem imagens do cotidiano em obra também chega ao crítico Jules Langsner. Ao analisar outra exposição *Pop, New paintings of common objects*, de 1962, ele também se preocupa com a falta de elaboração das obras, pois elas se parecem demais com as imagens de origem, são cópias muito fiéis, mas ao mesmo tempo, ele acha a proposta corajosa, como comenta Tiago Mesquita:

Langsner vê aquilo mais como uma proposta vanguardista, a questionar os limites da definição de arte e sua relação tanto com o avanço nada reflexivo da forma mercadoria, quanto com a diluição da contemplação artística nos deleites velozes e simplórios da indústria cultural (Mesquita, 2017, p.190).

Assim como os *Pop* Ingleses, percebe-se nos *Pop* estadunidenses também a vontade de tirar a arte de galerias do pedestal a aproximá-la ao universo banal e cotidiano. O objeto único e raro da arte teria a mesma aparência de um objeto reprodutível, feito em enormes quantidades e vendido em qualquer lugar.

Por outro lado, artistas como Roy Lichtenstein procuravam manter diálogos com artistas já consolidados pela história e com convenções de composição tradicionais da arte. Ele já se apropriou de obras de artistas como o futurista Carlo Carrà e o impressionista Claude Monet, repintando-as ao seu estilo com cores chapadas e camadas de ponto *Ben-Day*¹ e repetindo o mesmo nome das obras que ele usou de base. No entanto, ele já chegou a comentar algumas características das artes de vanguarda do começo do século XX que ele prefere evitar:

Penso que a arte, desde Cézanne, se tornou extremamente romântica e irrealista, alimentando-se de arte; é utópico. Tem vindo a ter cada vez menos a ver com o mundo, parece íntima, neo-Zen, e tudo isso. Isto não é uma crítica, mas uma constatação. Lá fora está o mundo. Está lá. A *Pop Art* olha de fora para o mundo; parece aceitar o seu ambiente, que não é nem bom nem mau, mas diferente – um outro estado da alma (apud Hendrickson, 2011, p.71-72).

¹ Aquelas famosas tramas de pontos que o artista usa para simular impressão gráfica.



Fig. 8
Roy Lichtenstein,
Drowning Girl,
1963



Fig. 9
Roy Lichtenstein,
Bedroom at Arles,
1992

Fig. 10
Andy Warhol
Campbell's soup cans
1962



Andy Warhol, mais famoso nome do grupo, também preferia olhar para o mundo externo (e o mais cotidiano possível). Em uma pintura de sua primeira exposição individual, realizada na vitrine da loja de departamento Bonwit Teller, em Nova York, 1961. Essa pintura era a ampliação de uma ilustração de um anúncio encontrado no jornal que divulgava os serviços de um cirurgião plástico que, dentre outros serviços, fazia operações estéticas no nariz. A obra se chama *Before and After* e nela estão pintadas duas imagens do perfil da mesma mulher: na da esquerda, ela está com o nariz grande e adunco, na da direita, ela está com o nariz pequeno e arrebitado, como o das grandes atrizes de cinema e televisão da época. Aqui o artista já mostra seu interesse em tratar do *sonho americano* que as pessoas tanto buscam. Para Danto:

Era a materialização do tipo de sonho que persegue as pessoas preocupadas em mudar sua aparência para se tornarem, aos seus próprios olhos, mais atraentes. Substituir o *antes* pelo *depois* parece-lhes o melhor caminho para a beleza ideal, e para a felicidade (2012, p.22).

Ao se apropriar de imagens encontradas em lugares como uma folha de jornal, Warhol aproxima cada vez mais as banalidades da vida cotidiana com o universo da arte dos museus e galerias. Uma de suas obras mais famosas são retratos de latas, feitas em 1962 e intituladas *Campbell's Soup Cans*. A ideia do trabalho surgiu quando o artista pediu uma sugestão ao amigo Muriel Latow, que respondeu que ele devia pintar algo que “todo mundo vê todos os dias, que todo mundo reconhece... como uma lata de sopa” (apud Danto, 2012, p.58).

Assim, ele resolve imprimir 32 serigrafias de latas de sopa Campbell, expondo-as em quatro fileiras de oito telas cada, sendo que em cada tela havia um sabor de sopa diferente. Ou seja, Warhol utilizou uma técnica comumente utilizada para grandes reproduções, em indústrias e gráficas, similares às de impressão de jornal, para imprimir apenas uma vez cada matriz que continha o nome da lata.

As Latas de Sopa Campbell podem ser comparadas a fileiras de retratos de pessoas ilustres, como a galeria de retratos de ex-presidentes brasileiros, no Palácio do Planalto. No caso do Palácio, cada presidente diferente usa a mesma faixa presidencial verde e amarela, como se a faixa fosse a embalagem da lata; já a pessoa, o sabor. Outra relação que pode ser pensada é com as prateleiras de supermercados, com seus produtos precisamente encaixados e sistematizados de acordo com a marca, sabor e tipo de produto. Em todos os casos, a uniformidade e a previsibilidade protagonizam a visualidade no espaço.

Outra notória obra de Andy Warhol é o *Marilyn Diptych*, de 1962, que também se utiliza de elementos da cultura de massa que, neste caso, é uma estrela de *Hollywood*: Marilyn Monroe. O trabalho é composto de duas telas pintadas por meio da serigrafia, cada uma com vinte e cinco rostos da famosa atriz, uma tela colorida e outra em preto e branco. A tela colorida possui cores fortíssimas e chapada, atenuando a aura de *glamour* e fama de Monroe, chamando atenção a seus lábios vermelhos, sorriso impecável e cabelos louros. Aqui todos os retratos são idênticos, exceto em alguns casos de falha de impressão que Warhol preferia manter no trabalho.

Já na tela em preto e branco, a variação entre cada rosto é bem maior. Em alguns, a tinta estoura, deixando grandes manchas pretas sobre a face da atriz; em outros, há pouca tinta, deixando a impressão com tons bastante claros, quase brancos, sugerindo uma fantasmagoria e morbidez na tela, como se a atriz estivesse desaparecendo. A obra foi produzida em data próxima do dia de falecimento da atriz. Esse desaparecimento na obra pode ser tanto um comentário sobre o falecimento da atriz como uma reflexão sobre a efemeridade do tempo de fama de uma celebridade. Arthur Danto, no seguinte comentário, se atenta à feição permanente da atriz na obra: “as feições vão empalidecendo até que no quadro de cima, do lado direito, o rosto parece desaparecer do mundo à medida que percorremos o díptico com o olhar – como uma representação gráfica de Marilyn morrendo sem que o sorriso lhe deixe a face” (2012, p.68).

Nesses retratos da atriz, o artista utiliza a mesma matriz serigráfica e reproduz imagens diferentes umas das outras, aproveitando as possibilidades de falhas e acertos da técnica, usando-as a seu favor, criando uma narrativa mórbida no trabalho. Nas latas de sopa, ele muda as matrizes de cada tela da série, porém prefere evitar erros de impressão para dar uniformidade no conjunto e se aproximar das latas comuns e banais da vida cotidiana.

Algum tempo depois, em 1963, Warhol inicia sua série *Death and Disaster*, onde é explorado outro lado das imagens midiáticas: o das mortes corriqueiras de cidadãos desconhecidos; veiculadas diariamente nos jornais, mas sempre deixando as vítimas no anonimato. Nessa série, a técnica

serigráfica é mantida e a composição repetitiva com cores chamativas também. Nelas, há imagens de batidas de carro, acidentes de avião, suicídios, violência policial em manifestação etc. Para o historiador Giulio Carlo Argan, tanto nesses trabalhos como nos anteriormente citados, Warhol se utiliza de imagens que são vistas com tanta frequência que o espectador se familiariza com elas, mesmo sem parar para observá-las:

São imagens divulgadas pela imprensa diária, a mesma imagem é vista várias vezes, estampada em pequena ou grande escala, em negro ou em cores, no jornal que se folheia de manhã, tomando o café, que está pendurado na banca de jornais, etc. Acabamos por reconhecê-la sem observá-la (Argan, 1992, p.647).

Essas imagens midiáticas, assim como os produtos de supermercados que Warhol se inspirava, são efêmeras: as latas de Campbell vão direto para o lixo depois que o molho acaba, os ídolos da televisão, cinema e música sobem e descem do ápice rapidamente e as tragédias são repetidas compulsivamente até anestesiarem o espectador, e são substituídas por tragédias mais recentes, que serão transmitidas da mesma forma que a anterior.

Claes Oldenburg, artista *Pop* da mesma geração de Warhol, publicou em 1961, no catálogo da exposição *Environments, situations and spaces*, o texto *Sou a fazer de uma arte...*, no qual ele expressa seu interesse em unir elementos da vida cotidiana à arte, fazendo-a ir além de espaços expositivos tradicionais. Boa parte das referências cotidianas que ele



Fig. 13
Claes Oldenburg,
Chothespin,
1976



Fig. 12
Andy Warhol,
Race Riot,
1964

Fig. 11
Andy Warhol
Marilyn Diptych
1962



usa no texto pertencem à cultura de massa e de consumo. Sua relação com o cotidiano é explicitada no início do texto:

Sou a favor de uma arte que seja místico-erótico-política, que vá além de sentar o seu traseiro no museu.

Sou a favor de uma arte que evolua sem saber o que é arte, uma arte que tenha a chance de começar do zero.

Sou a favor de uma arte que se misture com a sujeira cotidiana e ainda saia por cima (2006, p.67).

Com caráter de manifesto e certo apelo visual, a publicação de Oldenburg explora diversos detalhes da vida cotidiana que aos poucos demonstra o local de onde o artista está falando. Passagens como “arte de colunas azuis brilhantes e anúncios luminosos de biscoito”, “arte inspeccionada pelo Governo dos Estados Unidos”, “arte enlatada”, “arte pronta para consumir”, “arte Pepsi”, “arte 9,99”, “arte queima de estoque”, “arte coma melhor”, “arte L&M”, “arte higienizada”, “arte plástico”, entre outras, nos permitem imaginar o artista vivendo em um grande centro urbano, cheio de lojas e supermercados, com diversos produtos industrializados e baratos a venda e várias formas de comunicação visual nas ruas, com divulgações de mais produtos. Tudo isso em um país desenvolvido, com poucos problemas sociais e economia em desenvolvimento, como eram os Estados Unidos, o lugar onde o artista construiu sua carreira no momento em que o texto foi escrito.

1.7 – E eu com isso?

Como artista latino-americano, vivendo num país como o Brasil, com disparidades econômicas, políticas e sociais, também trabalho com elementos do cotidiano e da cultura de massa e consumo.

No entanto, busco explorar elementos cotidianos e massivos que existem aqui, mas não necessariamente existem lá.

Como Oldenburg, também sou a favor de uma arte que vá além dos museus e que se misture com a sujeira cotidiana, mas também sou a favor de uma arte à vista, ou arte parcelada sem juros. Arte que se compra e recebe o troco de balinha. Arte na nota de dinheiro toda rabiscada, ou nota amassada, rasgada. Arte no bolinho de moeda de 10 centavos amarrado com fita durex.

Sou a favor de uma arte *self-service* (ou serve-serve), arte pague 15 reais e coma à vontade, arte no marmitex, arte que cobra pelo excesso, arte no quilo, arte na tara, arte na balança.

Sou a favor de uma arte pague 2 e leve 3, leve mais pague menos, pague mais leve menos, arte de brinde, arte retornável, arte de brinquedo que vem dentro do salgadinho, arte-cartão-fidelidade, arte que é fiado só amanhã, arte delivery, arte cara, arte barata, arte desconto, arte na promoção, arte na queima de estoque, arte no varejo, arte no atacado, arte atacada, arte-ataque.

ESPAÇO PARA ANOTAÇÕES

Sou a favor da arte de dar um rolezinho no shopping, arte das carroças levando legume e verdura para a feira local, arte na xêpa, arte no mercadinho, arte panfletária, arte patrocinada, arte de faixada, arte pendurada no retrovisor do carro no sinal vermelho, arte a 2 reais. Arte efêmera, como dinheiro na mão. Que é vendaval.

2ª PARCELA

**ARTE E CRISE:
CONCEPÇÕES
COMPRADAS
À VISTA POR
ALGUNS ARTISTAS
CONTEMPORÂNEOS**

2.1 - Noções de globalização e de subdesenvolvimento

Para enxergar melhor as diferenças das artes contemporâneas que tratam de questões da cultura de massa e de consumo realizadas em países desenvolvidos e subdesenvolvidos, é importante observar como a cultura de cada lugar se relaciona e se modifica a partir dessas relações. Debruçar-se sobre o fenômeno da globalização pode trazer algumas orientações para entender tais abordagens.

Karl Marx e Friedrich Engels, no *Manifesto Comunista*, acreditavam que as necessidades dos indivíduos, antes saciadas por produtos nacionais, começavam a desejar produtos de locais distantes, causando o fim do isolamento de diversas regiões e o desenvolvimento de uma interdependência universal das nações. Para eles, esse processo ocorre devido a uma “missão civilizatória” comandada pelos grandes burgueses e atinge até mesmo as nações mais longínquas:

Os baixos preços de seus produtos são a artilharia pesada que destrói todas as muralhas da China e obriga a capitularem os bárbaros mais tenazmente hostis aos estrangeiros. Sob pena de extinção, ela obriga todas as nações a adotar o modo burguês de produção, constrange-as a abraçar o que ela chama civilização, isto é, a se

tornar burguesas. Numa palavra, cria um mundo à sua imagem e semelhança (apud Harvey, 2004, p.43).

No entanto, para o curador e pesquisador Moacir dos Anjos, em seu livro *Local/Global: Arte em trânsito*, publicado em 2005, pensamentos deste tipo podem fazer com que o termo globalização seja frequentemente associado à homogeneização cultural, em que diversas tradições de vários lugares do mundo são completamente suprimidas pela cultura hegemônica da Europa e Estados Unidos. Esse tipo de concepção ignora alguns processos culturais que acontecem, como a adaptação e a reação de lugares não hegemônicos contra a homogeneização cultural ocasionada pela influência dos países dominantes, que propicia novas formas de identidade a cada uma dessas culturas locais. Segundo o geógrafo Milton Santos, o processo de globalização influencia tanto a vida econômica de cada indivíduo, como sua vida cultural e sua própria identidade. Essa influência não é homogênea porque sua difusão “encontra obstáculos na diversidade das pessoas e na diversidade dos lugares. Na realidade, a globalização agrava a heterogeneidade, dando-lhes mesmo um caráter ainda mais estrutural” (2012, p.143).

Essa heterogeneidade a que Santos se refere se encaixa com a definição que o geógrafo David Harvey dá ao fenômeno da globalização: “um processo de produção de desenvolvimento temporal e geográfico desigual” (2004, p.88). Ou seja, quanto mais desigual for a distribuição de meios que levem cada nação a se desenvolver, mais díspares serão as realidades de cada uma. Mas isso não significa

que cada local terá sua cultura imune a receber influência de outros locais.

Moacir dos Anjos, ao se referir à noção de identidade cultural, evita enxergá-la como algo essencialista, uma identidade vista como algo atemporal munido de “um núcleo imutável de crenças de valores que singularizariam, desde e para sempre, um local entre outros quaisquer” (2005, p.12). Para o autor, as fronteiras simbólicas que dividem cada grupo cultural local são constantemente corroídas devido à interconexão entre diversos grupos que sempre ocorre. Logo, não há como manter uma cultura permanentemente intacta, pois ela sempre está em estado “provisório”: “(...) a identidade cultural é uma construção fincada em tempo e espaço específicos (todavia moventes) e em permanente estado de formação” (ibidem, p.13). O que diferencia culturas diferentes não é o distanciamento entre uma e outra, mas as especificidades que cada lugar tem na forma de se posicionar entre essas interconexões com o outro.

A globalização proporciona contaminação mútua entre diversos países e lugares que antes eram apartados, um efeito que é chamado por Moacir de transculturação. Porém, essa mistura de culturas não é equilibrada, tampouco apaziguada. O choque é conflituoso e hierarquizado e está profundamente atrelado a uma rede de poder financeiro e controle midiático de lugares como Europa e Estados Unidos:

Formada por empresas e instituições majoritariamente sediadas no *centro* e ancoradas no alcance de seu poder de consagração, essa rede

emprega sua “autoridade” para legitimar, quase tão-somente, a produção que se conforma aos cânones ali construídos (ibidem, p.17).

Para Milton Santos, essa contaminação de forma apaziguada faz parte de uma fábula, assim como a ideia de aldeia global, que afirma que com a globalização, a distância entre locais é reduzida, o que contrai o tempo e o espaço, sendo que isso só é possível para um pequeno grupo de pessoas que consegue viajar com frequência. Além disso, a comunicação, com a globalização, funciona de forma inversa à de uma aldeia: geralmente nos comunicamos com mais facilidade com pessoas distantes do que com os nossos vizinhos. Outro mito é a busca pela uniformidade entre os países, pois o mundo está cada vez “menos unido, tornando mais distante do sonho de uma cidadania verdadeiramente universal. Enquanto isso, o culto ao consumo é estimulado” (Santos, 2012, p.19).

Até mesmo as grandes empresas globais perceberam que uniformidade é impossível e que o lucro só pode ser maximizado se as diferenças de cada local forem reconhecidas, pois cada local (e cada indivíduo), devido à velocidade de troca de informações por mídias massivas, possui uma cultura cada vez mais heterogênea e que vai além de identidades étnicas ou territoriais. O sociólogo Renato Ortiz explica como o sistema capitalista lida com esta situação:

a Coca-Cola só tirou proveito do mercado espanhol quando diminuiu o tamanho de suas garrafas adaptando-as aos refrigeradores existentes no país; uma campanha publicitária desenvol-

vida na Alemanha, com ídolos do basquete norte-americano, teve pouca repercussão porque os desportistas eram desconhecidos na Europa; (...) os japoneses sabem que os europeus tendem a adquirir aparelhos de som pequenos, de alto desempenho, mas que possam ser escondidos em armários, enquanto os americanos preferem alto-falantes grandes (apud Canclini, 1995, p.147).

Esses tipos de estratégias utilizadas por grandes corporações podem chegar a dar a sensação de que países subdesenvolvidos, ao receberem esses tipos de produtos, passam a ser tornar nações “modernizadas”. Porém, não seria simples assim mudar a situação social de um país às margens do capitalismo com a mera inserção de alguns tipos de produtos nele (e não é como se os donos das grandes marcas quisessem, genuinamente, melhorar a condição de vida de seus consumidores). Mas essa situação acaba agradando a elite desses locais periféricos, como diz Néstor Canclini, quando explana sobre esse processo na América Latina:

Modernização com expansão restrita ao mercado, democratização para minorias, renovação das ideias, mas com baixa eficácia nos processos sociais. Os desajustes entre modernismo e modernização são úteis às classes dominantes para preservar sua hegemonia, e às vezes para não ter que se preocupar em justificá-la, para ser simplesmente classes dominantes (Canclini, 1997, p.69).

2.2 – Reflexões e posturas artísticas diante de problemas globais

Esse choque conflituoso entre culturas proporcionado pela globalização é discutido pelo artista argentino Julio Le Parc, em seu texto publicado originalmente em 1968, intitulado *Guerrilha Cultural?*. Ele afirma que vivemos em um sistema baseado na relação entre dominantes e dominados e a garantia que faz esse sistema se manter é tornando a maioria da população passiva e dependente. O grupo dominante é composto por uma minoria de indivíduos que dita as regras em vários âmbitos, de políticos e econômicos a modos de vivência. No grupo dominado, está a maioria da população, que recebe as regras do outro grupo.

Assim, Julio Le Parc defende que o artista tem um papel importante na sociedade e a opção de tentar minar essa relação entre dominante e dominado, destruindo esquemas de pensamento e comportamento. Para isso, ele sugere algumas etapas, antes do artista chegar no que ele chama de *guerrilha cultural*.

Primeiro, o artista deve deixar de ser cúmplice inconsciente desse sistema, em seguida, deve despertar a capacidade de outras pessoas de tomar suas próprias decisões, assim como animar “sua poderosa agressividade contra as estruturas existentes” (2006, p.202). Também é sugerida a busca de inovação não no interior da arte, mas nos mecanismos da instituição da arte em seu todo, criando uma ação prática que transgrida valores criados pela parte dominante da sociedade que desencadeie uma tomada de

consciência geral. Isso serviria, prontamente para organizar uma “espécie de guerrilha cultural contra o estado atual das coisas, sublinhar as contradições, criar situações onde as pessoas reencontrem sua capacidade de produzir mudanças” (idem), para, enfim, combater qualquer tendência advinda de uma estrutura de poder.

A maior parte dos trabalhos produzidos por Julio Le Parc é composta de pinturas, objetos e instalações e envolve uma pesquisa de cores, formas e espaços. Nestas obras, pouco se percebe, a priori, o caráter político que o artista carrega em seus textos. No entanto, a partir de 1969, ele começou a produzir instalações interativas com claras referências políticas, chamadas *Jeux-Enquetes*. Na primeira, inspirada em jogos de parque de diversão, o espectador é convidado a arremessar bolas em alvos com formato de figuras conhecidas, como o Tio Sam, Mickey Mouse, e um soldado fazendo o aceno nazista. Em outra, o espectador-atirador arremessa dardos em um alvo com o desenho dos seguintes personagens: o imperialista, o capitalista, o militar, o intelectual neutro, o policial e o indiferente. Na terceira, o espectador-lutador dá socos em bonecos João-bobo² com estampas dos mesmos personagens do jogo de dardos e mais outros: o artista, o ator, o jornalista, o juiz, o pai, o patrão, o diretor, o pai, entre outros. Uma enquete Acompanha as instalações, perguntando em quem foram aferidos os golpes e o porquê das decisões tomadas.

² João-bobo é um boneco sem braços e pernas, que tem a maior parte de seu peso localizada em sua base, que é arredondada, o que o faz permanecer sempre em pé, e nunca deitado.



Figs. 14, 15, 16, 17
Julio le parc
Jeux-enquetes
1968



É importante ressaltar que essas reflexões de Le Parc surgiram em um momento bastante delicado na América Latina. Neste período, diversos países do continente estão passando por ditaduras altamente repressoras, o que levou diversos artistas desses lugares a explorarem aspectos políticos em suas obras e suas falas. Outro artista que publicou um texto com forte carga política, e que fazia diversas reflexões sobre a relação entre países dominantes e dominados em meio à globalização, foi o uruguaio Luis Camnitzer, em 1970. O texto foi publicado no jornal *Marcha*, de Montevideú, intitulado *Arte Contemporânea Colonial*.

O artista afirma que esse processo, que ele chama de transculturalização, causa dependência econômica e a criação de necessidades artificiais em países subdesenvolvidos. Cria-se a “necessidade de ouvir o último disco que saiu, de ler o último livro, de mascar o último chiclete, de se encaixar em todos os moldes metropolitanos” (Camnitzer, 2006, p.267). Essa relação causa a sensação dos países subdesenvolvidos estarem sempre alguns passos atrás dos desenvolvidos. Será que na arte isso se mantém? Qualquer realização artística de um país como Estados Unidos, automaticamente recebe validação internacional, e seus artistas são estrelas universais. Mas para artistas de locais menos favorecidos é diferente. Certa vez, o crítico de arte Alan Solomon elogiou um grupo de artistas argentinos, dizendo: “eles trabalhavam de acordo com padrões nova-iorquinos, apenas com algumas semanas de atraso” (apud Camnitzer, 2006, p.270).

Para Camnitzer, é muito comum um artista de algum país subdesenvolvido, quando pretende rebater esse sistema

politicamente, escolher um entre três caminhos específicos. Um deles é o “estilo internacional”, que é justamente seguir as tendências advindas dos países do centro, o que causa comentários infelizes, como o citado no parágrafo acima. Outro caminho seria o do “folclorismo”, onde se busca elementos tradicionais da sua própria cultura, que para Camnitzer, gera um grande problema, pois

(...) essas tradições estão mortas. Houve colonização demais para que fosse possível uma continuidade entre tradições e o artista. Normalmente o artista vem da classe média, portanto consumindo aquelas tradições, mais do que as vivenciando. Nesse caso a opção folclorista torna-se tão derivada como a opção que segue o “estilo internacional” (ibidem, p.271).

Talvez esse argumento seja pessimista demais, mas creio ser fundamental tomar alguns cuidados ao buscar referências tradicionais de nosso país, como a cultura de povos nativos brasileiros, por exemplo. O terceiro caminho seria a criação de obras com forte carga político-literária, onde o comprometimento com questões políticas estaria à frente de decisões criativas, o que poderia reduzir o trabalho a apenas ilustrações de um pensamento político.

Após apresentar esses três caminhos e seus respectivos problemas, Luis Camnitzer sugere outras duas maneiras de se pensar um trabalho artístico que problematize a globalização. Primeiramente, é proposto que o artista seja capaz fomentar uma alfabetização perceptiva: “isso significa informar a respeito de situações não necessariamente es-

téticas, capazes de afetar o mecanismo que eventualmente vai produzir ou definir uma cultura”. Ou seja, significa formas de pensamento que sirvam de estímulo à produção cultural. A outra proposta é afetar estruturas de cultura por meio de estratégias políticas e sociais, se utilizando de meios de comunicação para propagar suas ideias.

Em trabalhos de Camnitzer, nota-se que ele caminha entre obras com carga política e o que ele chamou de estilo internacional. Na série de fotos *Serie de la tortura uruguaya*, de 1983-1984, que faz referência à ditadura militar uruguaia, ele expõe fotos com qualidade desgastada e imagens misteriosas acompanhadas de frases escritas a mão, tais como:

**A MEMÓRIA JORROU CONTRA O SILÊNCIO DELE.
ELE ERA CONHECIDO POR CAUSA DE SUA PRECISÃO.
A FERRAMENTA O AGRADOU.
O TEMPO ENGROSSOU EM SUAS VEIAS.
O INSTRUMENTO FOI EXPLICADO EM DETALHES.
GRADUALMENTE O TEMPO SE TORNOU UMA NAVALHA.
ELE ESTAVA PERDENDO A VONTADE DE ESCLARECER.**

As frases remetem a experiências de pessoas torturadas na ditadura, contudo, ao serem somadas ao ar obscuro das fotografias, o efeito palavra + imagem faz surgir signifi-

cados mais abrangentes, mas que não saem do aspecto sombrio do conjunto.

No texto *Cultura posta em questão*, lançado próximo ao golpe militar, em 1964, o poeta e crítico Ferreira Gullar, em meio a diversas polêmicas (que ele mesmo chegou a repensá-las em momento posterior), como condenar diversas expressões artísticas não engajadas³, trouxe ao debate algumas ideias que poderiam conversar com o pensamento de Camnitzer e Le Parc. Ele sugere que o artista se envolva mais com a *cultura popular*, que ele define como uma cultura a serviço do povo e dos interesses de todos:

(...) deixa-se clara a separação entre uma cultura desligada do povo, não-popular, e outra que se volta para ele e, com isso, coloca-se o problema da responsabilidade social do intelectual, o que obriga a uma opção. Não se trata de teorizar sobre a cultura em geral mas de agir sobre a cultura presente procurando transformá-la, estendê-la, aprofundá-la (...) Cultura popular é, em suma, a tomada de consciência da realidade brasileira (2002, p.21-23).

Gullar defende que, depois de compreender os problemas socioeconômicos do Brasil e suas origens, é papel do artista trabalhar diretamente com o povo, educando-o, ensinando-o a ler e entender a realidade do país. Durante este exercício, o artista acaba entrando em conflito com

³ “Não resta dúvida que, se nos mantivermos no plano do juízo estético puro e simples, jamais abarcaremos a complexidade desse fenômeno cultural em curso hoje no Brasil” (2002, p.23).

Fig. 18

Luiz Camnitzer

Ele era conhecido por causa de sua precisão

da série *The uruguayan torture series*

1983-1984



He was known because of his precision -

5/15
Luiz Camnitzer '83

Fig. 19

Luiz Camnitzer

Gradualmente o tempo se tornou uma navalha

da série *The uruguayan torture series*

1983-1984



Gradually the time became a razor -

5/15
Luiz Camnitzer '83

princípios vindos de outros países, que agem “como fator de perturbação no processo formativo, introduzindo desvios e discrepâncias” (idem, p.31).

O artista Hélio Oiticica também escreveu textos contundentes refletindo sobre a relação entre a cultura brasileira e a do exterior. No texto *Brasil Diarreira*, publicado em 1973, ele apresenta críticas a quem tenta ignorar completamente o que vem de fora e defende que devemos assumir nossa posição de país subdesenvolvido e nos *alimentar* de todas as culturas que chegam a nós, além das que são de nossas raízes africanas e indígenas.

Derrubar as defesas que nos impedem de ver ‘como é o Brasil no mundo, ou como ele é realmente’ – dizem: ‘estamos sendo ‘invadidos’ por uma ‘cultura estrangeira’ (cultura, ou por ‘hábitos estranhos, música estranha, etc.)’ como se isso fosse um pecado ou culpa – o fenômeno é borrado por um julgamento ridículo, moralista – culposo: ‘não devemos abrir as pernas à cópula mundial – somos puros’ – esse pensamento, de todo inócuo, é o mais paternalista e reacionário atualmente aqui. Uma desculpa para parar, para defender-se – olha-se demais prá trás – tem-se ‘saudosismos’ às pampas – todos agem um pouco como viúvas portuguesas: sempre de luto, carpindo (1992, p.18).

(...)

para a criação de uma verdadeira cultura brasileira, característica e forte, expressiva ao menos, essa herança maldita europeia e americana terá de ser absorvida, antropofagicamente, pela negra e índia da nossa terra, que na verdade são as únicas significativas (idem, p.125).

Em sua instalação *Tropicália*, de 1969, o artista busca explorar diversos elementos presentes na cultura brasileira e, mais precisamente, em periferias do Rio de Janeiro. A obra é uma espécie de labirinto formado por paredes de madeira e tecidos de chita com estampas florais e o chão é coberto de areia, pedras e vasos de planta. Segundo Hélio Oiticica, este trabalho é a mais antropofágica obra da arte brasileira e a

primeiríssima tentativa consciente, objetiva, de impor uma imagem obviamente ‘brasileira’ ao contexto atual da vanguarda e das manifestações em geral da arte nacional.

(...) o mito da tropicalidade é muito mais do que araras e bananeiras: é a consciência de um não-condicionamento às estruturas estabelecidas, portanto altamente revolucionária na sua totalidade. Qualquer conformismo, seja intelectual, social, existencial, escapa à sua ideia principal (Oiticica, 1992, p.124-126).

Observando a vontade desses artistas de propor novas ideias diante da força de um sistema desigual, que tem como importante ferramenta a cultura de massa, e que,

segundo Ferreira Gullar, é conservadora e “desempenha função ideológica, transferindo para as grandes massas conceitos da classe dominante” (2002, p.269), é curioso pensar nos artistas *Pop* britânicos, que se apoiavam nesse tipo de cultura para lutar contra a tradição artística europeia, que para eles era algo hegemônico e aristocrático.

Fig. 20
Hélio oiticica
Tropicália
1967



2.3 – A mistura que artistas brasileiros fazem entre situações sociais do país com a cultura *Pop*

Enquanto isso, no Brasil, em meados dos anos 60, além das pesquisas dos artistas concretos e neoconcretos, que dominaram a modernidade na arte brasileira, outros artistas, debruçados sobre referências na cultura de massas, realizavam obras envolvidas com imagens de questões locais. Muitos deles buscavam pesquisar imagens e fatos relacionados ao cotidiano de um país que sofria a repressão de uma ditadura e estava às margens dos grandes ganhos capitalistas: jogadores de futebol, fotografias retiradas de jornais, placas de trânsito, garotos-propaganda, laterais de ônibus, assim como elementos relacionados a estereótipos como a banana. Este grupo de artistas ficou conhecido como Nova Figuração Brasileira.

A pintura *Anunciação da chegada a lua*, 1969, do artista Claudio Tozzi, é um retrato de alguém informando um dos grandes acontecimentos das últimas décadas pelo rádio: a chegada do homem à lua. Porém, o que o artista prefere retratar aqui é apenas a situação comum de um radialista em seu trabalho cotidiano comum, vestindo sua camiseta comum, transmitindo um episódio que envolvia complexas relações políticas internacionais e que afetava o globo inteiro em um microfone comum.

Artistas como Carlos Zilio, Antonio Dias, Antonio Henrique Amaral, Raymundo Colares, Pedro Escosteguy, Rubens Gerchman e Mauricio Nogueira faziam procedimentos similares aos dos artistas do *Pop* estadunidense ao se apropriarem de imagens de jornais e histórias em

quadrinhos, além do uso de cores fortes e chapadas nas composições. No entanto, muitos de seus trabalhos se relacionavam a problemas próprios do Brasil. O crítico de arte Mário Pedrosa dizia que os quadrinhos eram apenas uma nutrição vegetariana para o trabalho de Antonio Dias e apenas “a grossura do real, ao nível baixo, ou a substância da carne, do sangue” dos jornais policiais poderiam matar sua fome (apud Mesquita, 2017, p.196).

Para o crítico e professor Paulo Venâncio Filho, essas especificidades brasileiras tornavam impossível os grupos artísticos serem parecidos, mas aqui o artista poderia ter outras referências para criar esse tipo de trabalho:

Numa sociedade pré-indústria cultural, carente de signos de amplo reconhecimento e persuasão social, a estratégia pop era estruturalmente problemática. (...) na impossibilidade de encontrar os signos e as imagens produzidas pela sociedade de massas, tentavam “iconologizar” o grotesco da recente sociedade urbana brasileira: seus sonhos, suas desilusões, suas ânsias, suas injustiças, e sua miséria. Dessa maneira ainda persistia um resíduo de afeto, inevitável sentimentalismo, nada equivalente ao radical cinismo e à indiferença das imagens pop que anunciavam o novo estágio da civilização da imagem (apud Longo, 2017, p.138-139).

O artista Rubens Gerchman, em uma entrevista cedida para a emissora de televisão SESC TV, no programa *O mundo da arte*, comenta o distanciamento de seu grupo em relação aos estadunidenses e suas fontes de referência:

A gente não falava de *Pop Art*. Essa informação aparece na Bienal. A gente falava da Nova Figuração (...) que era uma solução, uma reação talvez contra a arte abstrata, francesa, importada, europeia, que predominava nas bienais, salões, etc. É porque nós estamos numa linha mais política, engajada, de crítica social. A *Pop Art* era uma arte muito mais hedonista, de glorificação do consumo, dos mitos dele. Nós estávamos numa sociedade recém-saída, ela estava recém se industrializando no final dos 50: indústria automobilística, euforia do Juscelino Kubitschek, teve a bossa nova, cinema novo, tudo isso nos deu nutrientes, a gente era muito alimentado por isso.⁴

Buscando trabalhar com imagens de jogadores de futebol, fome, falta de emprego, concursos de miss e imagens da televisão brasileira, Gerchman soube narrar visualmente, com muita expertise, diversos detalhes da vida cotidiana das cidades brasileiras. Ele diz que sua obra é autobiográfica, um *depoimento diário*: “Costumo dizer que não invento nada. As coisas aí estão. Apenas, é preciso ver, saber ver. Sou constantemente envolvido pelos acontecimentos” (2013, p.25). O crítico de arte Fábio Magalhães o define como um cronista, “um homem do olhar agudo, que percebe as contradições que o povo vive. Admira a maneira como ele consegue superar as suas dificuldades, com soluções populares, mas ao mesmo tempo denuncia essas condições de vida, ele nunca deixou de denunciar.”⁵

4 <https://www.youtube.com/watch?v=azXe8FKgzH0>, Acessado em: 04 de abril de 2019.

5 <https://www.youtube.com/watch?v=azXe8FKgzH0>, Acessado em: 04 de abril de 2019.



Figs. 25, 27 e 23
 Antonio Henrique Amaral
Brasiliana-litoral-2
 1968

Carlos Zilio
Reina tranquilidad
 1988

Raymundo Colares
Lateral de Ônibus
 1969



Figs. 21, 22 e 26
 Cláudio Tozzi
Anunciação de chegada a Lua
 1969

Antonio Dias
The American Death: Bamboo!
 1967

Pedro Escosteguy
Linha de Força
 1965



Mesclando cores chapadas, ora reluzentes, ora pálidas, com formas simplificadas e figuras deformadas, que remetem à linguagem popular e as gravuras de cordel, o artista consegue se referenciar a elementos que remetem à “festividade” e ao “calor” do brasileiro ao mesmo tempo em que cria imagens melancólicas e frias.

Apesar de não ser exatamente um artista que pertenceu ao grupo dos figurativos, o concreto Waldemar Cordeiro também buscou trazer em seus trabalhos alguns elementos do cotidiano urbano e massivo. *Popcreto* foi o nome dado por Augusto de Campos para o conjunto de obras de Cordeiro nesse momento. O primeiro *Popcreto* criado, em 1964 se chama *Contra os urubus da arte concreta histórica* e é composto por pedaços de um triciclo espalhados sobre a tela. Os pedaços são parcialmente pintados por cores chapadas e puras, assim como são fatiados em formatos geométricos, formando algumas linhas curvas, retas, círculos e semicírculos. Em 1963, em uma resenha sobre a 7ª Bienal de Arte de São Paulo, Cordeiro explanou sobre o papel político das novas figurações baseadas em imagens de massa, que poderia ser feito quando o artista se apropria desse universo midiático para desconstruir sua força alienante e construir novos sentidos a partir de fragmentos: “O artista tradicional adota como assunto o mundo – mundo exterior como natureza. Neste caso é o da produção industrial” (apud Espada, 2017, p.120).

Outro artista que construiu sua trajetória artística nesse tipo de elemento, apesar de não fazer pintura figurativa, foi paulistano Nelson Leirner. Esses elementos oscilam entre a cultura *pop* dos Estados Unidos, como persona-

gens da Disney, e a cultura midiática brasileira, como o cantor Roberto Carlos, que é o centro de *Adoração*, de 1966. Na obra, Leirner constrói uma instalação que se assemelha a uma capela de oração católica, no entanto, no lugar da imagem de algum santo ou de Jesus Cristo, há a imagem do famoso cantor. “*Adoração* possui um parentesco com os trabalhos do norte-americano Andy Warhol, que escolheu um ícone do cinema para sintetizar o peso que a imagem — num duplo sentido: presença e ausência — alcançava na existência contemporânea” (BRITO; OLIVEIRA, 2009, p.203).

Em 1967, é aberta a exposição individual do artista, chamada *Da Produção em Massa de uma Pintura (quadros a preço de custo)*, na qual ele expõe sua série *Homenagem a Fontana*. Numa tentativa de dessacralizar o objeto artístico e criticar o sistema de arte que transforma qualquer obra de arte em mercadoria pronta para consumo, Leirner anuncia à imprensa a venda de sua série a preço de custo, mais o valor pelo serviço do artista, no valor de 112 cruzeiros novos: “chassis, NCr\$ 6,00; lona, NCr\$ 24,00; zíperes, NCr\$ 12,00; moldura, NCr\$ 25,00; mão-de-obra do marceneiro, NCr\$ 10,00; diversos, NCr\$ 5,00; porcentagem da galeria, NCr\$ 15,00 e remuneração do artista, 15,00” (Chiarelli, 2002).

Após algumas décadas, ainda há, diversos artistas preocupados em pesquisar elementos massivos e populares na cultura do Brasil na arte brasileira. Dentre esses artistas, há Barbara Wagner, fotógrafa, que nasceu em Brasília e iniciou sua carreira artística em Recife, Pernambuco. Em sua série *Brasília Teimosa*, de 2005-2007, ela registra visi-

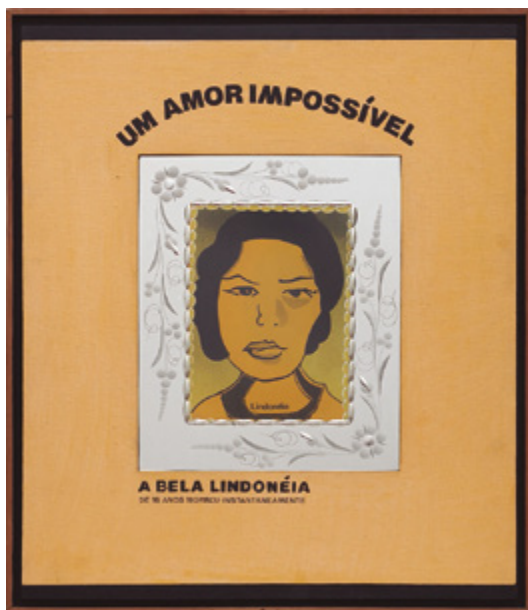


Fig. 28
Rubens Gerchman
Lindonéia, a Gioconda do subúrbio
1966 - 1968

Fig. 29
Rubens Gerchman
A família dividida: Vasco/Botafogo
1968



Fig. 24, 30, 31
Maurício Nogueira Lima
Shazam
1967

Waldemar Cordeiro
Contra os urubus da arte concreta histórica
1964

Nelson Leirner
Adoração (altar para Roberto Carlos)
1966



tantes da praia do bairro que dá nome à série, que fica na periferia de Recife. Entretanto, diferente de trabalhos que exploram a miséria e os problemas desses lugares, a artista propõe registrar pessoas empoderadas, à vontade, usando trajes de banho.

Em *Mestres de Cerimônia*, Barbara registra MCs da música brega funk pernambucana, gênero musical muito presente na periferia da cidade, mas usa elementos pertencentes às classes dominantes em seus vídeos, como carros caros e joias, algo comum em também clipes de funk ostentação, gênero periférico paulista que influenciou o brega funk.

“O que os MCs do brega parecem fazer é tornar visível a linha turva entre a fabulação pop e a rasura do corpo subalterno. (...) Onde estão hegemonia e contra-hegemonia? No campo da cultura – do brega, do funk – elas estão em movimento” (2016), comenta o comunicólogo Thiago Soares sobre a complexidade da relação entre dominantes e dominados que envolve parte do novo universo *pop* brasileiro. Essa mesclagem feita pelos MCs condiz com a afirmação do geógrafo Everaldo Batista da Costa sobre como, paradoxalmente, a globalização criou condições que contribuíram para a emergência de quem ela negligenciou:

a influência de uma cultura de massas que busque homogeneizar e impor-se sobre a cultura popular faz a cultura popular reagir. (...) A cultura, que se faz no lugar de poderes populares instituídos (...), é legitimamente resistente aos

adventos da cultura de massa, fazendo-se valer dos mecanismos técnicos que ela mesma criou (Costa, 2017, p.69).

Para Barbara, quando se compara esse tipo de produção com outras mais tradicionais (que também são produzidas por grupos marginalizados) o assunto se emaranha mais ainda:

A música brega, que é considerada música de mau gosto, pra mim é como se fosse o folclore dos dias de hoje. Então se por um lado a gente tem o frevo, o maracatu, o caboclinho como manifestações populares e mais relacionadas a uma tradição e a um sentido de raiz da cultura pernambucana. O brega, que é uma produção de música pop, ela não é considerada legítima forma de expressão cultural pernambucana, quando na verdade é uma cultura viva.⁶

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=eWdLs7BCBjE>, Acessado em: 04 de abril de 2019.

Fig. 32
Bárbara Wagner
Brasília Teimosa
2005-2007



Fig. 33
Bárbara Wagner
Mestres de Cerimônias
2016



3ª PARCELA

ARTE E COLAPSO:

**O OBJETO,
O ARTISTA E
O ESPECTADOR
ENTRAM NO
CHEQUE
ESPECIAL**

3.1 - Arte de guerrilha

Restos de carne, sangue, ossos e lixos eram jogados pela cidade. Jornais com manchetes e notícias falsas chegavam às bancas. Mensagens subversivas e políticas apareciam carimbadas em notas de dinheiro. Assim era o formato de alguns dos principais trabalhos de arte de vanguarda produzidos no Brasil a partir de 1968, ano em que é instalado o Ato Institucional 5 (AI-5)⁷ pela ditadura militar. Em meio a este clima de medo e perseguições, muitos artistas decidiam trabalhar com obras metafóricas sobre a temática do terror e da violência e, em casos mais extremos de censura, os trabalhos começaram a ser pensados para ocupar as ruas.

Porém, a arte de vanguarda desse momento teve relação não apenas com questões políticas, mas também com o experimentalismo característico deste momento histórico. Esse aspecto recebeu influência direta das questões do neoconcretismo, principalmente das propostas ambientais

⁷ O AI-5 foi um decreto enunciado pelo regime que resultou na suspensão de diversos direitos civis, na censura, na institucionalização da perseguição e da tortura. Claudia Calirman, historiadora da arte e autora do livro *Arte brasileira na ditadura militar*, afirma que o AI-5, “foi sem dúvida a mais severa de uma sucessão de medidas cada vez mais opressoras emitidas durante os primeiros anos do regime” (2013, p.8).

e participativas de Hélio Oiticica. Segundo o historiador da arte Artur Freitas, o artista foi um nome de peso na arte brasileira, principalmente ao liderar a exposição Nova Objetividade Brasileira, em 1967: “Hélio simbolizava a base de uma aventura estética brasileira e radical – era o fio da meada entre o artístico e o ético, o mentor do tropicalismo, o intelectual provocador e o propositor do novo. Era, numa palavra, a referência” (2013, p.80).

Articulando essas questões da arte experimental, ambiental e participativa com a repressão política da época, marcados pelo medo, o meio de arte brasileiro atingiu um novo estágio, que o crítico de arte Frederico Morais⁸ chamou de “contra-arte” ou “arte-guerrilha”:

Trata-se de algo novo que a título precário denomino de contra-arte. Porque não se trata mais de manifestações antiartísticas, de contestação à arte, de anticarreira. É algo que está além ou acima. A maneira destes artistas atuar faz lembrar a dos guerrilheiros – imprevistamente, com rapidez e senso de oportunidade, muitas vezes com risco total, já que hoje o artista perdeu suas imunidades. Por isso chamei o conjunto destas manifestações de arte-guerrilha (Morais apud Freitas, 2013, p.30).

8 Nascido em Minas Gerais, Frederico Morais muda-se para o Rio de Janeiro em 1966 e torna-se um dos principais nomes da arte brasileira da época. Como crítico de arte e militante contra as repressões da ditadura, ele se envolveu em grandes eventos de arte como o Salão da Bússola, no Rio de Janeiro e organizou a exposição *Do Corpo à Terra*, em Belo Horizonte. Ambas exposições tiveram suma importância para a arte brasileira e serão aprofundadas ainda nesta parcela.

Em seu texto *Contra a arte afluyente: o corpo é o motor da obra*, de 1970, Morais defende que a arte não existe mais fisicamente, é apenas uma situação, um processo. Também revela que a arte após o modernismo está cada vez mais próxima da vida, negando cada vez mais os materiais duráveis e elementos como a moldura e o pedestal, além de se aproximar cada vez mais de suportes precários. Assim, para ele, o artista, ao se aliar ao cotidiano, se torna “uma espécie de guerrilheiro. A arte uma emboscada. Atuando imprevistamente, onde e quando é menos esperado, de maneira inusitada (...) o artista cria um estado permanente de tensão, uma expectativa constante. Tudo pode transformar-se em arte, mesmo o mais banal evento cotidiano” (1970, p.49).

O crítico de arte Francisco Bittencourt, ao comentar sobre a exposição *Do corpo a terra* (evento ocorrido em Belo Horizonte, que contou com a participação de vários dos artistas da chamada arte-guerrilha), em uma matéria para o *Jornal do Brasil* intitulada de *A geração tranca-ruas*, faz o seguinte comentário sobre esses artistas:

Hoje entregam-se a mesma seriedade a um trabalho de desmantelamento de todos os cânones que regem as artes plásticas tradicionais e repudiam os salões com seus júris e prêmios. Alguns proclamam com fervor a sua nova condição de não artistas e renegam o passado. (...) Eram a vanguarda da arte brasileira, hoje são a contra arte e se querem destituídos de tudo, como os cristãos das catacumbas (1970).

Apesar de existir no texto do crítico a conotação de que os artistas deixaram a vanguarda para se tornarem artistas de contra arte, prefiro dizer que o ato de se comportarem como anti-artistas não os tira do lugar de vanguarda. Muito pelo contrário, eles levam a vanguarda brasileira a outro patamar, com outros tipos de experimentação.

3.2 – Um pouco antes Arte Conceitual: Os ready-mades de Marcel Duchamp

Voltando à questão apontada por Morais acerca da arte desses artistas se aproximarem do cotidiano e da vida, podemos analisá-la ao lado do que seria a outra questão proposta pela arte moderna: a autonomia da arte. Para Artur Freitas, a arte moderna possui uma estrutura bipartida, ou seja, “dois motores históricos: um movido à base de autonomia da arte, e outro, no contrapelo, à base da negação da autonomia e da conseqüente fusão entre arte e vida” (2013, p.32). Ou seja, por um lado, a arte, desde o início do século XX, graças à fotografia e ao cinema, se liberta da ilustração e da representação da imagem. Por outro, surge uma arte permeável aos elementos da vida cotidiana, que embaralha imagens, valores e seus próprios materiais.

Negando a autonomia da arte, ao mesmo tempo em que ataca veementemente a própria instituição de arte, na origem desta vertente, está o dadaísmo, vanguarda europeia que tem como artista mais famoso Marcel Duchamp. O artista francês deixou de lado a pintura e sua visualidade planar para se dedicar à criação de objetos e ações que se

propõem a pensar o porquê da arte. Desta forma, deu-se origem aos *ready-mades*, objetos industrializados da vida comum que são apropriados, tratados e expostos como obras de arte. Colocando o objeto em uma posição física descontextualizada e assinando-o, o artista mudava sua categoria. Em 1913, Duchamp se apropria do primeiro objeto: uma roda de bicicleta invertida sobre um banco; no ano seguinte, 1914, ele se apropria de um porta-garrafas; em 1916, ele compra uma pá de neve e escreve *Prelude to a broken arm* nela e, alguns dias depois, pede à sua irmã, por carta, que assinasse *Marcel Duchamp* em seus dois primeiros ready-mades apropriados em 1913 e 1914. Para o artista, esse gesto exigia objetos sem aspectos estéticos chamativos para reforçar bem a questão da ausência da visualidade na obra:

A escolha desses *ready-mades* nunca foi determinada pelo deleite estético. A escolha baseou-se numa reação de indiferença visual e ao mesmo tempo numa total ausência do bom ou mau gosto (...), na verdade, uma completa anestesia (Duchamp apud Danto, 2009, p.83).

Mesmo apresentando uma visualidade, o que prevalecia era o jogo linguístico. Com os *ready-mades*, Duchamp “não apenas desmistificou as ideias de ‘aura’, ‘autoria’, ‘trabalho manual’ e ‘virtuosismo técnico’, o que já seria muito, como sobretudo demonstrou a situação de arbítrio presente em todo o processo de legitimação cultural” (Freitas, 2013, p.34).

Na obra de Andy Warhol, são perceptíveis as influências da pesquisa de Duchamp mescladas com o universo *Pop*. Até



Fig. 34
Marcel Duchamp
Prelude to a Broken Arm
1915

o processo de feitura de suas obras remetiam à vida: ele utilizava equipamentos industriais e trabalhava com vários funcionários em seu ateliê, que se chamava *The Factory* (A fábrica). Para a produção de obras bidimensionais, ele geralmente utilizava a serigrafia, uma técnica industrial de impressão; e para objetos tridimensionais, ele contratava marceneiros para construírem as obras. Para Arthur Danto, “o trabalho de marcenaria não fazia parte do processo artístico (...) o artista tinha as ideias, não havia razão alguma para que ele próprio tivesse que *materializar essas ideias*” (2009, p. 81). Essa liberação que o artista ganhou de não precisar produzir sua própria pode ser vista em grandes nomes da arte contemporânea, como Jeff Koons, que contrata assistentes de ateliê para pintar suas telas.

Fig. 35, 36 *The Factory*, ateliê de Andy Warhol



Fig. 37
Jeff Koons e seus assistentes de ateliê



3.3 – Os primeiros conceitos conceitualizados por artistas conceituais

É em 1967, alguns anos após a *pop art*, que Sol Lewitt publica pela primeira vez seu texto *Parágrafos sobre Arte Conceitual* na revista *Artforum* e reforça o uso da ideia como centro da obra de arte, não seus aspectos materiais:

Quando um artista usa uma forma de Arte Conceitual, isso significa que todo o planejamento e tomadas de decisões são feitos de antemão, e a execução é um assunto perfunctório. A ideia se torna a máquina que faz a arte. Esse tipo de arte não é teórico nem ilustra teorias; é intuitivo, está envolvido com todo tipo de processos mentais e é despropositado (Lewitt, 2006, p.176).

O artista anunciava a desvalorização do artesanato e da materialidade da obra e priorizava o pensamento do artista. Também julgava desnecessária a feitura física do objeto final com suas próprias mãos, o que livrava o artista da obrigação de ter habilidades de artesão. Para Sol Lewitt, os materiais tendem a atrapalhar o espectador a compreender a ideia da obra, a menos que o artista criasse um paradoxo convertendo a materialidade em ideia.

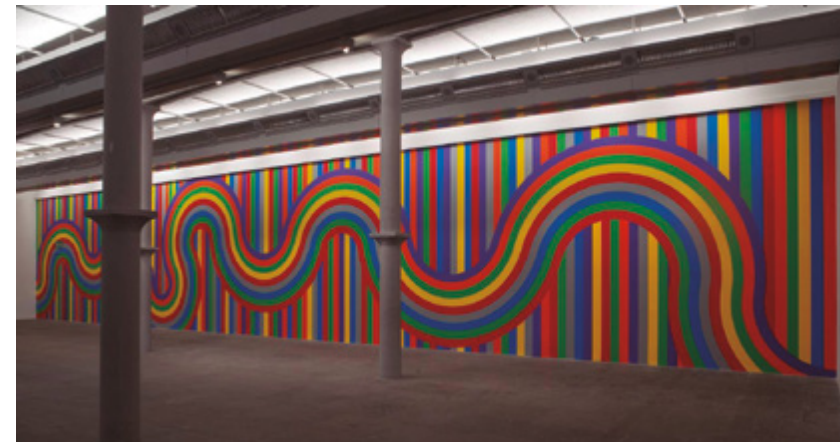
Mesmo falando da importância que o trabalho manual perdia, o artista trabalhava frequentemente em seu ateliê, produzindo pinturas e desenhos. No entanto, muitos de seus mais famosos trabalhos, os *Wall Drawings* (1968 – 2007), são planejados e estudados em seu ateliê

para, em seguida, serem feitos por seus assistentes na parede das galerias, seguindo as instruções do artista.

O trabalho que prioriza o que vai ser visto, ou seja, pensando essencialmente para dar sensações a partir da percepção através do olhar, seria uma obra chamada perceptiva, ao contrário de uma obra conceitual. Já que uma obra perceptiva precisa cativar o olhar do espectador, uma obra conceitual precisa ser “mentalmente interessante ao espectador e, por isso”, prossegue Lewitt, “ele normalmente quer que o trabalho fique emocionalmente seco” (2006, p.177). A “emoção” que uma obra poderia carregar, assim como o material, para o artista, impediria o espectador de perceber sua arte.

Sol Lewitt ainda diz que o processo para se chegar a uma forma visível da ideia também constitui a obra e pode até ser mais interessante que o resultado final: “Todos os passos intermediários – rabiscos, rascunhos, desenhos, trabalho malsucedido, modelos, estudos, pensamento, conversas - interessam” (2006, p. 179).

Fig. 38
Sol Lewitt
Wall Drawing #1136
2004



Em 1969, Joseph Kosuth publica outro texto com reflexões acerca da arte conceitual: *A arte depois da filosofia*, um escrito com aspectos mais radicais e opiniões mais contundentes.

De início, ele se propõe a um procedimento polêmico: separar a arte da estética. Para o artista, a estética se relaciona com a arte da mesma forma que se relaciona com a arquitetura ou qualquer objeto do mundo. Na arquitetura, avalia-se a qualidade de um projeto primordialmente observando sua função, ao passo que a aparência do projeto seria avaliada pelo gosto, portanto, “as considerações estéticas são *sempre* alheias à função ou à ‘razão de ser’ de um objeto. A não ser, é claro, que a ‘razão de ser’ de um objeto seja estritamente estética” (2006, p.215). Para Joseph Kosuth, um objeto puramente estético é decorativo e se relaciona diretamente ao gosto.

Ele afirma que ser artista significa questionar a natureza da arte e que, se o artista questiona apenas a pintura, ele está aceitando a pintura como uma parte da arte da tradição europeia, que divide a arte entre pintura e escultura, logo, está aceitando toda essa tradição que ela carrega. Assim, Kosuth diz que o primeiro artista a realmente questionar a arte e colocar nela uma identidade própria foi Marcel Duchamp. Com seus *ready-mades*, Duchamp mudou a “forma da linguagem para o que estava sendo dito. (...) Essa mudança – de ‘aparência’ para ‘concepção’ – foi o começo da arte ‘moderna’ e o começo da arte ‘Conceitual’” (2006, p.217). Logo, a forma de avaliar outros artistas que vieram após Duchamp seria observando se eles estão questionando ou acrescentando algo para a concepção de arte.

Em seu trabalho *One and three chairs*, 1965, o artista se propõe a questionar a arte e faz um jogo de linguagem utilizando um objeto e, literalmente, seu conceito. A instalação é composta por uma cadeira, a fotografia da cadeira e conceito da palavra *cadeira* retirada do dicionário. Ao apropriar um objeto industrial, Joseph Kosuth se referencia aos *ready-mades* de Marcel Duchamp; ao usar um verbete de dicionário, o artista reitera sua postura como artista que defende a ideia da obra; com a fotografia, o artista nos faz questionar a realidade de uma imagem e sua diferença em relação ao que ela apresenta, assim como décadas antes fez o artista René Magritte com a famosa frase *Isto não é um cachimbo*, presente na obra *A traição das Imagens*, de 1929.

Fig. 39
Joseph Kosuth
One and three chairs
1965



Voltando ao texto, Joseph Kosuth, em uma escrita polêmica, refere-se às artes ditas formalistas (por privilegiarem aspectos formais da obra, como as cores, os gestos e as formas), como a pintura e a escultura, de vanguardas da decoração:

a rigor, seria possível afirmar de maneira razoável que a sua condição artística é tão reduzida que para todos os propósitos funcionais nem mesmo se trata de arte, mas de puros exercícios no campo da estética. Clement Greenberg é, acima de tudo, o crítico do gosto. Por trás de cada uma de suas decisões há um juízo estético, sendo que esses juízos refletem o seu gosto (Kosuth, 2006, p.217).

Clement Greenberg, citado por Kosuth acima, foi um importante crítico de arte do período e era comumente chamado de crítico formalista por criticar uma obra de arte primordialmente por seus aspectos formais e estéticos. Seu texto *Queixa de um crítico de arte*, de 1967, apesar de ser anterior ao de Kosuth, já trazia reflexões sobre esse tipo de pensamento:

Uma razão, entre outras, que torna o uso do termo “formalismo” estupidificante é que ele evita em grande parte a difícil questão relativa ao que se pode sensatamente dizer acerca de obras de arte. Ele presume que, em arte, é possível distinguir adequadamente “forma” e “conteúdo” para os propósitos do discurso. Isso, por sua vez, implica que o pensamento discursivo solu-

cionou exatamente aqueles problemas da arte cuja impenetrabilidade depende da sua própria possibilidade (Greenberg, 1997, p. 120).

Greenberg, ao dizer em seus argumentos que autores *anti-formalistas* como Joseph Kosuth presumem que é possível distinguir forma e conteúdo quando elevam a ideia (conteúdo) em detrimento da materialidade (forma), acaba demonstrando uma diferença de raciocínio entre conceituais dos Estados Unidos e de países da América Latina. Em obras dos conceituais latino-americanos, há uma indissociação entre forma e ideia, tornando-as interdependentes e trazendo outros tipos de pensamento na produção da obra. Como bem diz Hélio Oiticica: “Toda verdadeira arte não separa técnica da expressão (...)” (2006, p.83). Esta é uma grande diferença entre a proposta conceitual de cada região.

3.4 – Os novos lugares e os novos materiais na Arte Conceitual

Outro texto que acrescentou muito à discussão sobre a arte conceitual foi *A desmaterialização da arte*, da crítica de arte e curadora estadunidense Lucy R. Lippard, publicado em 1968, no qual ela discorre sobre artistas que, assim como Sol Lewitt e Joseph Kosuth, enfatizavam o pensamento da obra e acabam modificando o resultado material do trabalho.

Para a curadora, por causa de muitos desses artistas dos anos 60 perderem o interesse em acompanhar o crescimento da obra física, o ateliê volta a ser um local de estudos e projetos. A ideia de obra de arte estaria mais próxima do ato de pensar nas propostas que do próprio objeto, que é visto como mero produto final deste pensamento. Com isso, a arte tende a ser cada vez mais desmaterializada.

A partir disso, a arte acaba partindo para dois lugares distintos: “arte como ideia e arte como ação. No primeiro caso, a matéria é negada, pois a sensação foi convertida em conceito; no segundo caso, a matéria foi transformada em energia e tempo-movimento” (1968, p.152). Ela dá alguns exemplos de obras desmaterializadas:

Robert Rauschenberg: desenho de De Kooning apagado, então exibido como De Kooning apagado por Robert Rauschenberg.

(...)

On Kawara: (...) as pinturas de datas: uma tela por dia com as datas pintadas nelas (sua diária anotação das manchetes do jornal do dia).

(...)

Hans Haacke: escultura cinética em que o movimento é gerado pela grama crescendo num cubo de acrílico; esculturas de gelo, de condensação (Lippard, 1968, p. 156-157).

Na obra *Grass Cube*, de 1967, de Hans Haacke, a matéria da obra é transformada em tempo-movimento, nas *Date Paintings*, de On Kawara, a principal parte da obra está na ideia. No caso de Rauschenberg, ele leva a questão da ideia da obra a outro lugar e, de certa maneira, com humor: ele solicita a De Kooning, um artista que tem em sua pesquisa poética um longo estudo por aspectos formais da pintura, um desenho em uma folha de papel. Em seguida, ele tenta apagar ao máximo o desenho de seu colega e o expõe, deixando sobrar apenas o rastro do desenho (formando, na verdade, outro desenho).

Esse humor de Rauschenberg, para Lippard, também aparece em outros trabalhos desmaterializados, como o balé dadaísta *Relâche*, composto por Erik Satie, em que o evento consistia no ato de cancelar o evento. Segundo a autora, o tipo de humor que esses artistas buscam é *wit* (sagacidade, em inglês) e tem seu significado relacionado com poderes de raciocínio e argumentação:

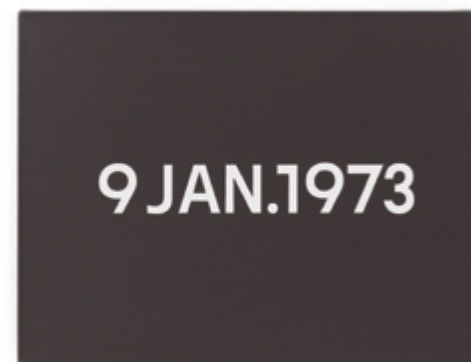
Um de seus significados é “as faculdades mentais em sua normal condição de sanidade” (...), e a palavra gradualmente passou a designar “a habilidade para fazer observações espertas, irônicas ou satíricas, usualmente percebendo o incongruente e o expressando de maneira surpreendente ou epigramática” (ibidem, p. 158).

Ela completa dizendo: “a melhor comédia é sempre arte séria; alguém não entenderia nada de Aristófanes, Swift, Chaplin ou Beckett se supusesse que eles não foram artistas sérios” (idem).

Outra consideração que Lippard aponta sobre a arte conceitual é sobre o fato de muitos espectadores a confundirem com obras de arte com pesquisa mais voltada a formas e cores, devido à simplicidade e austeridade características de diversas obras desse tipo. Na verdade, ela é deveras antiformal e representa a suspensão do realismo, seja o realismo da cor, da forma, ou qualquer outr. Logo, uma arte que se pretende ser observada a fim de passar ideias externas à sua fisicalidade, como a conceitual, está em oposição à premissa formalista que alega que objetos de arte devem ser vistos apenas como objetos, livres de referências ou representações. Porém, um objeto conceitual não está livre dos aspectos visuais que ele carrega, por mais minimalistas que eles possam ser. Nesse caso, “prazer intelectual e estético podem fundir-se nessa experiência quando o trabalho é tanto visualmente forte quanto teoricamente complexo” (ibidem, p.164).



Fig. 40
Hans Haacke
Grass cube
1967



Figs. 41, 42
On Kawara
9 JAN 1973, da série
Today Paintings: Date
Paintings
1973

Robert Rauschenberg
Erased de Kooning
Drawing
1953



3.5 – O material que surge nas relações

Nos textos *Estética Relacional* do crítico francês Nicolas Bourriaud, publicado em 2002, e *A virada social: colaboração e seus desgostos*, publicado em 2006 na revista *Artforum*, da historiadora da arte Claire Bishop, os autores, ao refletirem o que eles chamam de *Arte relacional* ou *Arte colaborativa*, dão alguns indicativos de caminhos em que se desembocaram as ideias dos primeiros artistas conceituais.

Vale observar a época em que os textos foram lançados: há mais de 30 anos após os de Lewitt, Kosuth e Lippard. Essas publicações, apesar de raramente referirem estritamente à arte conceitual, mencionam artistas que se preocupam cada vez mais em aproximar a arte do cotidiano e que tendem a não valorizar os aspectos materiais do objeto artístico.

Bourriaud começa expondo um contraponto: a comunicação separa as relações humanas e enfraquece o vínculo social. Já a arte, tenta recriar essas relações humanas, criando novos níveis de realidade. Ao mesmo tempo em que a comunicação acelera o fluxo de informações interpessoais, tende a transformar todos em consumidores: “As famosas ‘auto-estradas da comunicação’, com seus pedágios e espaços de lazer, ameaçam se impor como os únicos trajetos possíveis de um lugar o outro no mundo humano” (Bourriaud, 2009, p.11). Assim, tudo deve ser comercializado ou deverá sumir. As relações humanas se tornam produtos, ou, como dizia Guy Debord no livro *A sociedade do espetáculo*, elas deixam de ser vividas para serem representadas por imagens espetaculares (1997).

Essas formas artísticas que tentam recriar as relações vêm, para Bourriaud, de uma postura moderna: a de aprender a melhor habitar o mundo e não tentar reconstruir um novo mundo a partir de ideias preconcebidas, ou seja, “as obras já não perseguem a meta de formar realidades imaginárias ou utópicas, mas procuram construir modos de existência ou modelos de ação dentro da realidade existente” (Bourriaud, 2009, p.18). Assim, uma forma de habitar o mundo e ter produção artística seria através de obras que explorem o contexto social que nos envolve.

Algo que tem se modificado bastante nas últimas décadas é o tamanho das regiões urbanas pelo mundo, que, desde o final da Segunda Guerra Mundial, tem aumentado exponencialmente, além da criação de novas tecnologias de mobilidade e comunicação. Esses fenômenos têm colaborado para a redução da distância física entre pessoas e a redução do tamanho de móveis, imóveis e objetos. Assim, a proximidade intersubjetiva acabou se tornando um elemento importante em obras de arte. Diferente da arte, outras linguagens, como a televisão, o cinema, a literatura e o teatro, são consumidas de forma privada (quem conversa no teatro ou no cinema leva uma advertência de outro espectador). Portanto, são sobre essas questões que a arte reflete e sugere outras formas de relação: “ela cria espaços livres, gera durações com um ritmo contrário ao das durações que ordenam a vida cotidiana, favorece um intercâmbio humano diferente ‘das zonas de comunicação’ que nos são impostas” (ibidem, p.23).

Encontros, manifestações, danças, locais de convivência, reuniões, multidões e outras formas de contato humano

se tornaram as grandes referências estéticas para eventos artísticos. A experiência de temporalidade também é distinta, pois não vivenciamos mais o tempo monumental e eterno das obras em materiais tradicionais (como a escultura de mármore, por exemplo), apenas presenciamos os vestígios físicos ou apenas registros fotográficos nessas obras.

Para Claire Bishop, esse tipo de trabalho faz parte de um interesse artístico na coletividade e na colaboração, além de, evidenciar, às vezes, compromisso com grupos sociais. Apesar de esse tipo de ação artística ser mais difícil de comercialização, o que complica sua rentabilidade, tem presença crescente no cenário artístico atual. Para a historiadora da arte Miwon Kwon, esses trabalhos tratam o local onde a ação ocorre, com enquadramento na parte social, não na formal ou fenomenológica (apud Bishop, 2008, p.146).

Muitos desses artistas acabam aderindo à colaboração como extensão de sua pesquisa conceitual, como Francis Alÿs, que realizou a obra *When Faith Moves Mountains*, 2002, em Lima, capital do Peru, que consistia em uma performance coletiva: o artista belga chamou quinhentos voluntários, cada um com sua pá, para jogar a areia de uma montanha para a frente, a fim de movê-la. O contexto social do país era bastante delicado, havia grandes tumultos nas ruas e forte tensão social devido à ditadura de Alberto Fujimori. A performance, por algum aspecto, carregava o sentimento pessimista diante do governo repressivo:

“(...) Essa era uma situação desesperadora que pedia uma resposta épica: organizar uma alegoria social para se adequar às circunstâncias parecia mais apropriado do que se engajar em um exercício escultural.” O princípio que impulsionou *When Faith Move Mountains* foi “esforço máximo, resultado mínimo”. Aparentemente a mudança mínima foi efetuada, e somente por meio do mais massivo dos esforços coletivos (Alÿs).⁹

O caráter político, social e momentâneo do trabalho, além do uso de material ancestral, com a colaboração de outras realizando intervenção no mundo atual, fazem dessa experiência artística um exemplo que poderíamos tratar como a desmaterialização da arte defendida por Lucy Lippard, como uma arte conceitual, como bem definida por Sol Lewitt e Joseph Kosuth, e como uma arte que estreita as relações humanas e enfrenta problemas sociais tal qual teorizavam Nicolas Bourriaud e Claire Bishop. Esse tipo de trabalho é produzido como resposta para um mundo em que “estamos reduzidos a uma pseudocomunidade atomizada de consumidores, com as sensibilidades entorpecidas pelo espetáculo e pela repetição” (Kester apud Bishop, 2008, p.147).

Porém, há um ponto muito pertinente levantado por Claire Bishop: a urgência por tarefas políticas criou uma situação em que qualquer obra socialmente engajada tem a mesma importância, não fracassa, não tem problemas

⁹ <http://francisalys.com/when-faith-moves-mountains/>; Acessado em: 27 de agosto de 2018.

Fig. 43
Francis Alÿs
When Faith Moves Mountains
2002



ou defeitos justamente por terem agido diretamente nos elos sociais. Isso acaba, muitas vezes, colocando qualidades artísticas das obras em segundo plano e salientando apenas seu efeito social e, logo, não dando espaço a discussões voltadas a arte.

No entanto, muitos artistas, como o próprio Francis Alÿs, apesar de se ocuparem com questões sociais em suas obras, preferem começar a concepção do trabalho dentro do pensamento da arte. “Talvez em consequência, eles tentam pensar o estético e o sociopolítico juntos, em vez de os submeter, ambos, à ética” (Bishop, 2008, p.151). Isso diferencia esse tipo de ação de uma ação política comum, pois mesmo que exista forte caráter ativista no trabalho, ele ainda está em diálogo com princípios da arte e da história da arte.

3.6 – Como a América Latina produziu Arte Conceitual

Mas como a Arte Conceitual se desenvolve nos países latino-americanos? Como ela tem interesses comuns às artes chamadas relacionais?

A própria realidade de cada local, na época de surgimento desses artistas, anos 60 e 70, já propicia uma grande diferença: enquanto um país como os EUA é o mais desenvolvido do momento e, por isso, possui extrema influência sobre todos os outros países do mundo, exportando exaustivamente sua própria cultura, outros são países com

diversos problemas e discrepâncias sociais, econômicos e políticos e, não obstante, em sua maioria, vivem sob regimes ditatoriais repressores. Desta forma, os artistas dos Estados Unidos tinham preocupações mais relacionadas à própria arte, seus trabalhos eram autorreferentes, criticavam questões da própria instituição-arte; já os artistas latinos, além de terem essas questões sobre a própria arte em mente, vão além, trazendo carga ideológica ao trabalho, refletindo sobre as estruturas políticas e sociais de seu país, tentando se comunicar não só com o meio artístico, mas também com o público em geral.

A exposição coletiva *Tucumán Arde*, que ocorre 1968, em Buenos Aires e em Rosário, na Argentina, é uma referência de evento que tinha forte apelo político, mas também carregava elementos da Arte Conceitual. Esta exposição foi uma reação de artistas de vanguarda argentinos que queriam denunciar as condições precárias de trabalho na província de Tucumán. Os artistas pesquisavam e coletavam diversos materiais que revelavam como as promessas do ditador Juan Carlos Onganía não haviam sido cumpridas. Neste contexto, os artistas preferiram utilizar menos elementos estéticos em prol de uma linguagem mais midiática. O grupo, ao buscar meios de comunicação de massa como suporte artístico, como painéis informativos e jornais, tentava se aproximar mais do espectador e ampliar o alcance comunicativo das obras. Para Claudia Calirman, eles rejeitavam “a estética em favor da ação política, apropriando-se da estrutura da mídia de massas para produzir obras de arte fundamentadas em ideias políticas” (2013, p.148).

O artista argentino León Ferrari também produziu diversos trabalhos com carga política. A historiadora da arte e crítica argentina Andrea Giunta, no catálogo do artista, levanta alguns dos temas e estratégias mais recorrentes em sua obra:

o questionamento dos valores éticos e estéticos dominantes, a problematização do poder, a reverência à mulher, a representação da violência, o questionamento do erotismo, o uso da montagem, as repetições, a literalidade, a ironia, o humor (Giunta, 2006, p.17).

Em seu mais famoso trabalho, *La civilización occidental y Cristiana*, de 1965, vemos a imagem de Jesus Cristo crucificado, porém no lugar da cruz há um caça, um avião de guerra estadunidense. A mistura de um símbolo religioso com um objeto bélico resulta no que o historiador da arte Emerson Dionísio de Oliveira chama de “imagem-manifesto, uma crítica aos Estados Unidos frente à guerra do Vietnã e, ao mesmo tempo, funde-se com um dos assuntos preciosos de seus questionamentos: a crítica direta à religião cristã” (2011, p.1080).

Na obra diretamente relacionada à ditadura militar argentina, *Nosotros no sabíamos*, de 1976, Ferrari constrói um livro onde há selecionadas notícias de jornais argentinos sobre crimes praticados pelo regime repressivo: corpos encontrados depois de serem torturados, afogados ou incinerados em diferentes locais do país. O título da obra faz referência “à frase com que um setor da sociedade argentina tentava explicar sua apatia frente aos crimes do Estado castrense;



Figs. 44, 45
 León Ferrari
 Nosotros no sabíamos
 1976

Fig. 46, 47
 Exposición Tucumán Arde

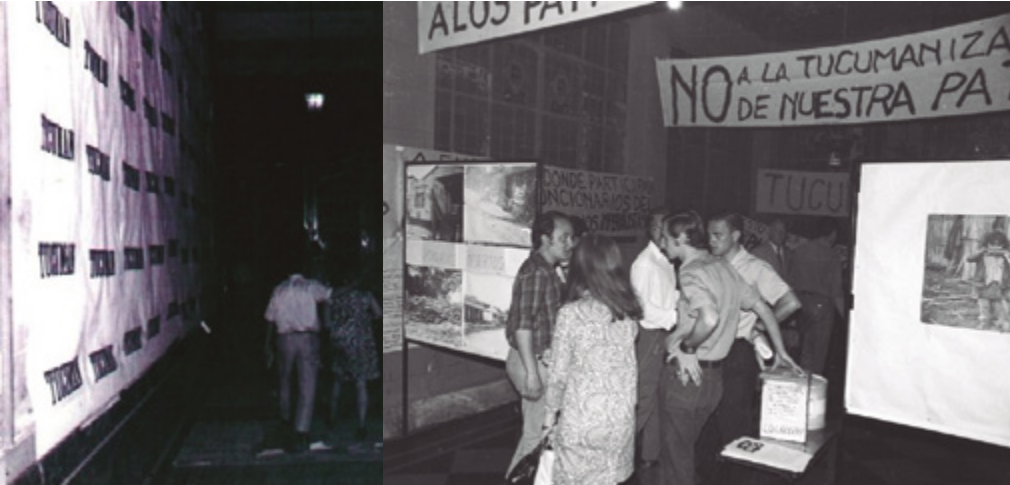


Fig. 48
 León Ferrari
 La civilización occidental
 y Cristiana
 1966



crimes que, não obstante, podiam ser facilmente constatados por meio dessas mesmas notícias” (Giorgi, 2017, p. 39).

Além da carga política, outra diferença entre os grupos de artistas conceituais foi a forma como os latinos contrapõem o princípio da desmaterialização que vinha dos estadunidenses, com uma proposta mais apegada à fisicalidade da obra. Esse retorno ao objeto veio muito em consonância com a ideia de *ready-made* herdada de Duchamp e ia além da questão da intencionalidade do artista em transformar objetos banais em arte, o contexto social e político do objeto também era levado em consideração. Segundo a curadora porto-riquenha Mari Carmen Ramírez, o conceito de *ready-made*,

como um “pacote de comunicar ideias”, implicava importante questionamento das funções semióticas visuais do objeto a fim de produzir significados relacionados com sua posição estrutural num circuito ou contexto social mais amplo. Através dessa interação dialética com elementos do “real”, os artistas procuravam uma “proximidade participante” com o espectador (Ramírez, 2012, p.188).

Outra tática usada pelos artistas latino-americanos foi a que tentava convidar o espectador a ser mais ativo na obra, tornando-o espectador-participante, transferindo a “ênfase do próprio objeto para a participação do espectador (corporal, tátil ou visual) na ação proposta”, assim como Hélio Oiticica e Lygia Clark propunham que suas obras fossem experimentadas (idem). Esses métodos de

pensamento e produção dos trabalhos se contrastavam com a Arte Conceitual dos Estados Unidos, que Mari Carmen Ramírez considera telepática, que trabalhava numa forma de *não-disponibilidade* e preferia não ter grande público (2012, p.189).

Com tantas diferenças, os grupos de artistas conceituais latinos não podem ser vistos apenas como replicadores da Arte Conceitual dos Estados Unidos, mas sim como propositores de novas ideias. Elas vêm carregadas com o espírito de resposta local contra a relação desequilibrada e conflituosa proporcionada pelos países de origem desse tipo de arte, que detém uma hegemonia cultural, política, financeira, assim como também no meio da arte em um contexto global.

Para o artista Luiz Camnitzer, os artistas latino-americanos estão produzindo arte com o mesmo objetivo que guerrilheiros urbanos: “comunicar uma mensagem e ao mesmo tempo mudar, no decorrer do processo, as condições em que o público se encontra” (2006, p. 273). E eles transitam do objeto para a situação, do elitismo para a subversão, e levam o espectador a sair do lugar de consumidor passivo a participador ativo. No caminho para a subversão, “aparece a necessidade de encontrar um mínimo de estímulo com um máximo de efeito – um efeito que, por meio de seu impacto, justifique o risco assumido e o faça valer a pena” (idem).

Camnitzer diz que existe uma arte tradicional, no sistema, que pertence a uma estrutura de poder que busca sempre uma estética do equilíbrio. Esse equilíbrio tem o poder de

enfraquecer e esterilizar qualquer mensagem revolucionária. Por isso, ele sugere que a arte carregue em si uma estética do desequilíbrio, pois só ela afetaria essas estruturas sem dar espaço para o conforto:

Ela leva ao confronto que trará a mudança.

Ela leva à integração de criatividade estética com todos os sistemas de referência usados na vida cotidiana.

Ela leva o indivíduo a ser um criador permanente, a ficar em um estado de percepção constante. Ela o leva a determinar o seu ambiente de acordo com as suas necessidades e a lutar para alcançar as mudanças (Camnitzer, 2006, p.274).

3.7 – Cildo Meireles: Brazilian Way of Life parte 1 (primeiras ideias)

No Brasil, a Arte Conceitual também ganhou uma forma própria e trouxe novos questionamentos sobre os próprios mecanismos da arte. Os trabalhos, assim como em boa parte da América Latina, usavam elementos de seu contexto social e político.

Um dos artistas brasileiros de maior destaque neste momento é Cildo Meireles¹⁰. Seu trabalho carrega força

¹⁰ Cildo Meireles nasceu em 1948 no Rio de Janeiro, viveu parte de sua formação em Brasília, quando a cidade ainda estava em processo de construção, e voltou ao Rio em 1967, onde iniciou sua carreira como artista.

política e, ao mesmo tempo, materialidade e poder visual. Alguns de suas obras se aproximam de noções conceituais teorizadas nos Estados Unidos, tais como as críticas às instituições, jogos com a própria linguagem artística, a importância que se dá a ideia da obra e à história da arte.

Seu texto *Inserções em circuitos ideológicos* sobre sua obra de mesmo nome, publicado pela primeira vez na revista *Malasartes*, em 1975, Cildo evoca o dadaísta Duchamp, mas diz que é necessário dar mais passos à frente. Para o artista, “a colocação de Duchamp teve o grande mérito de forçar a percepção de Arte não mais como percepção de objetos artísticos, mas como um fenômeno do pensamento” (2006, p. 265). Mas ele também chama nossa atenção ao fato de que a lição que Duchamp queria passar sobre libertar a Arte da mão foi mal aprendida pelos artistas. Isso porque, para Cildo Meireles, muito se pensa que Marcel Duchamp apenas lutou contra a feitura artesanal dos objetos, o que apenas resulta em mais artistas com as “mãos limpas”, mas o que realmente importa é a questão do fim do entorpecimento emocional na obra, que ele chamou de artesanato cerebral, em favor de uma racionalidade maior.

Nessa linha de pensamento, se encaixa suas *Inserções em circuitos ideológicos*, que, como diz Artur Freitas, é uma obra que “não é exatamente um objeto com margens precisas, mas uma proposta de ação, uma estratégia pragmática bastante simples” (2013, p.79). Essa proposta, na sua primeira concepção, chamada Projeto Coca-Cola, realizada em 1970, consistia em coletar garrafas retornáveis de Coca-Cola, escrever nelas mensagens subversivas com teor político, e devolvê-las para circularem no meio comercial.

SÃO ESCRITAS MENSAGENS COMO:
YANKEES, GO HOME!; QUAL O
LUGAR DO OBJETO DE ARTE?;
PROJETO COCA-COLA – GRAVAR NAS
GARRAFAS INFORMAÇÕES E OPINIÕES
CRÍTICAS E DEVOLVÊ-LAS À CIRCULAÇÃO;
ALÉM DE ILUSTRAÇÕES EXPLICATIVAS DE
COMO CONFECCIONAR UM COQUETEL MOLOTOV

Uma das leituras que a obra carrega é que ela é um “questionamento dos sistemas de circulação da sociedade capitalista, uma exposição das vísceras, ou melhor, das contradições de nossos sistemas de valores e referências simbólicas” (idem).

Anos depois, Cildo Meireles faz o seguinte comentário englobando três dos principais tópicos que ele quis tocar com seu trabalho:

Eis o cenário: no centro-síntese do *Western civilization* – num momento especial de sua história – um artista brasileiro de 21/22 anos vê-se instado a produzir um trabalho que atentasse simultaneamente para três pontos:

1. a dolorosa realidade político-social-econômica brasileira, consequência em boa parte do
2. *American way of politics and culture* e sua ideologia (filosofia) expansionista, intervencionista, hegemônica, centralizadora, sem perder de vista os
3. Aspectos formais da linguagem, ou seja, do ponto de vista da história da arte, a necessidade de produzir um objeto que pensasse produtivamente (criticamente, avançado e aprofundado), entre outras coisas, um dos mais fundamentais e fascinantes de seus projetos: os *ready-mades* de Marcel Duchamp. As Inserções em Circuitos Ideológicos explicitavam o primeiro e o segundo itens acima, e sobretudo enfatizavam as questões de linguagem contidas no terceiro (Meireles, 1999, p. 108).

Dos três tópicos, Cildo mostra em dois sua preocupação com questões políticas, que vão desde problemas correlacionados ao subdesenvolvimento do Brasil, até sua relação com as medidas tomadas pela política internacional dos Estados Unidos e como ela atinge o mundo inteiro. Já no terceiro, ele busca afirmar a importância da investigação da própria linguagem artística e invoca Duchamp e seus *ready-mades* como um marco fundamental nesse tipo de pesquisa poética. Assim, na obra de Cildo a questão social torna-se intrínseca à linguagem da obra.

O *Projeto Coca-Cola*, então, passou a ocupar três ambientes diferentes: o meio de circulação de garrafas no comércio,



o Museu de Arte Moderna de Nova York (MoMA), onde o projeto foi exposto, e a instituição artística como um todo. Para a curadora e pesquisadora Sonia Salzstein, quando a obra caminha entre o meio do comércio e o museu, ela explora a ambivalência entre força hegemônica de um lugar e a precariedade de outro: “as *Inserções em Circuitos Ideológicos* formalizavam para nós as simbioses entre barbárie e progresso tecnológico e percebiam a miséria e a selvageria não mais como questão local, mas como manifestações periféricas na alienação mercadológica que grassava por toda parte” (apud Freitas, 2013, p. 88).

Nesse sentido temos duas dualidades. A primeira entre o MoMA (um dos mais importantes museus nos Estados Unidos) e meras garrafas de Coca-Cola, objetos banais e cotidianos que, ao mesmo tempo, carregam em si uma marca que chega a ser mais forte que o próprio museu e é um dos maiores símbolos do capitalismo. As garrafas, por sua vez, contrastam com as mensagens subversivas escritas por um jovem artista latino-americano. Há aqui um embate entre o aspecto erudito e tradicional do museu, a força moderna, comercial e industrial da garrafa e a presença de um artista nascido em um país periférico.

Essas dicotomias surgem por que antes do objeto ir para esses ambientes institucionais, ele circula entre as pessoas, entre fábricas de garrafa, entre bares, padarias, supermercados, lixeiras etc. A obra, apesar de ter sua contemplação viabilizada pelos museus, só está completa quando é posta nesses locais públicos e caminha por esses circuitos. Para o artista, circuitos são:

a repetição cíclica da trajetória de uma informação através de um veículo. Existem vários tipos de circuitos. Circuitos de controle centralizado, como a televisão, por exemplo, e circuitos de controle descentralizado. Entre esses, o que me interessa particularmente é o circuito de refrigerantes e bebidas, vendidos em garrafas de vidro, Coca-Cola, por exemplo (Meireles apud Freitas, 2013, p.93).

(...) esses circuitos veiculam, evidentemente, a ideologia do produtor, mas, ao mesmo tempo, são passíveis de receber inserções na sua circulação. (...) As Inserções em Circuitos Ideológicos surgiram também da constatação de duas práticas mais ou menos usuais. A corrente de santos (aquelas cartas que você recebe, copia e envia para as pessoas) e as garrafas de naufragos jogadas ao mar. E trazem implícita a noção do meio circulante (...) (Meireles apud Calirman, 2013, p.125).

Concentrando nos circuitos descentralizados, por estarem fora do radar da censura da ditadura militar, Cildo Meireles, como forma de resistência política, criou um sistema de contrainformação, inserindo mensagens que ia de frente com o aspecto ideológico que o circuito propagava. Nas garrafas de Coca-Cola, ele inseria as mensagens utilizando letras que se assemelhavam com as usadas pela marca, a fim de se camuflar melhor na embalagem e, para reforçar o disfarce, ele as imprimia com tinta branca, deixando a informação praticamente invisível quando a garrafa

Figs. 49, 50, 51
Cildo Meireles
Inserções em Circuitos
Ideológicos: Projeto
Coca-Cola
1970



transparente estava vazia. Ao chegar à indústria e se encheda de refrigerante preto novamente, a inserção tornava-se legível. Desta forma, o artista inverteu o gesto de Duchamp. Para ele, as Inserções “tinham essa presunção: fazer o caminho inverso ao dos readymades. Não mais o objeto industrial colocado no lugar do objeto de arte, mas o objeto de arte atuando no universo industrial” (Meireles, 2006, p.264).

Claudia Calirman, ao explicar sobre as inserções de Cildo Meireles, evoca o filósofo francês Michel Foucault, que explica que o poder funciona de forma circular, “ou algo que só funciona na forma de uma corrente. (...) O poder é empregado e exercido por meio de uma organização em cadeia. (...) Indivíduos são os veículos de poder, não seus pontos de aplicação” (2013, p.127). Desta forma, dentro do sistema de relações entre cada pessoa na sociedade percorre uma forma de controle que cada um que participa pode mantê-la ou resistir a ela. O artista, ao espalhar mensagens nos circuitos, estaria utilizando o próprio mecanismo de poder para contrariá-lo. “Sua tática era se aproveitar de um sistema preexistente de circulação para divulgar informações e dar instruções para o público sobre como repetir o processo” (idem).

Com o simples gesto de intervir em objetos prontos, se aproveitando de todo um sistema industrial que faz milhares deles circularem diariamente, Cildo Meireles insere sua mensagem contestando esse mesmo sistema. Deste modo, com uma afiada estratégia, o artista consegue nadar contra a corrente lançando objetos que caminham no fluxo desta corrente.

3.8 – Cildo Meireles: Brazilian Way of Life parte 2 (desdobramentos)

Em 1970, na exposição *Agnus Dei*, que foi organizada na galeria Petite Galerie, no Rio de Janeiro, Cildo Meireles, que expôs junto a Thereza Simões e Guilherme Vaz, apresentou o *Projeto Coca-Cola*, apresentando apenas três garrafas modificadas do refrigerante: uma vazia, uma cheia, e outra pela metade. Para Artur Freitas, o artista teve que se afastar da obra para conseguir se referir a seu princípio ativo e chegar a esse formato de exposição, como uma “visualidade de um processo elaborativo”, uma forma didática da obra. “Era necessário formatar de algum modo a abstração do sistema de circulação e troca de mercadorias: era preciso, numa palavra, tornar visível, (...) uma proposta que remontava justamente à invisibilidade das relações econômicas (2013, p.104). Para o artista, essa forma de expor não é uma obra em si, é apenas uma referência. A obra é o ato de intervir nas garrafas e colocá-las em circulação, assim como as próprias garrafas circulando sozinhas entre fábricas e locais de venda. Assim, as garrafas expostas desta maneira ganham um caráter de proposta de trabalho, um projeto de obra que foi executado, mas pode vir a ser executado novamente, não só pelo artista, mas por outras pessoas.

No mesmo mês e na mesma galeria de arte, o crítico de arte Frederico Moraes também abre sua própria exposição, como uma espécie de crítico-artista. A exposição se chamava *Nova Crítica* e era um tipo de resposta à exposição de Cildo, Thereza e Guilherme, uma crítica transformada em obra de arte. Para Moraes, o julgamento, no plano da arte e

Figs. 52, 53, 54
Cildo Meireles,
Árvore do dinheiro,
1969



Cildo Meireles,
Zero Cruzeiro
1974 - 1978



Exposição
Nova Crítica, de
Frederico Morais



da cultura, estava passando por uma forte crise, portanto, o crítico deveria abandonar o posto de juiz para entrar em uma atividade criadora:

como dizia recentemente em um debate público Mário Pedrosa, os críticos não conseguem, com seus critérios caducos, acompanhar o processo da arte atual. O panorama atual parece ser o seguinte: de um lado temos a crítica judicativa, firmando critérios, de outro, a nova crítica, abrindo o processo, buscando fazer da crítica, um ato criador (Morais apud Freitas, 2013, p.106).

Sua obra-crítica sobre o *Projeto Coca-Cola* foi o seguinte: ele espalhou pelo chão da galeria 15 mil garrafas de Coca-Cola, preenchendo todo o espaço expositivo e colocou mais algumas empilhadas no canto, dentro de engradados, formando uma parede de garrafas. O espectador tinha que caminhar sobre a boca de cada garrafa para circular na exposição, mas no meio de tantas garrafas, ele inseriu apenas duas que estavam com intervenções de Cildo, como se fossem agulhas em um palheiro. A desproporcionalidade de garrafas modificadas para o total mostra certo pessimismo na eficácia das intervenções por parte de Morais, pois mostra como o ato de Cildo é quantitativamente pequeno comparado às enormes pilhas de garrafas que são produzidas e comercializadas pela indústria e como, proporcionalmente, um grupo extremamente pequeno de consumidores leriam as mensagens escondidas do artista. A obra-crítica deixa exposta a dificuldade que existe em resistir e provocar um grande sistema repressor e hege-



mônico e como é necessária muita insistência para ter voz ativa em meio a tantas mídias massivas.

Cildo também produziu outras obras que seguiam lógica parecida do *Projeto Coca-Cola*, como as *Inserções em circuitos Antropológicos*, feita em Nova York, em 1971. Nesse projeto ele reproduzia cópias em argila daquelas fichas usadas para acessar o metrô ou utilizar algum telefone público. Ele fez um pequeno molde de caixa de fósforos, colocava um pouco de argila dentro e pronto: uma nova ficha era fabricada e podia ser usada para fins de transporte e comunicação.

Em 1975, ele volta às *Inserções em Circuitos Ideológicos* com o *Projeto Cédula*, onde ele carimbava mensagens políticas nas notas de dinheiro. A frase mais famosa do trabalho foi:

QUEM MATOU HERZOG?

Esse ano, quando a ditadura militar ainda estava a todo vapor, Vladimir Herzog, diretor do departamento de jornalismo da TV Cultura, sediada em São Paulo, havia sido preso e torturado até a morte, por ser acusado por subversão. O exército brasileiro deu uma versão diferente de sua morte: ele havia cometido suicídio enforcando-se em sua cela após confessar lealdade ao Partido Comunista. Entretanto, essa história pouco convenceu. Como reação a esse estado de calamidade e tensão em que o país se encontrava, Cildo resolveu retornar às *Inserções* e produzir os carimbos, questionando a veracidade do que havia sido relatado pelo governo.



Figs. 55, 56, 57
Cildo Meireles
Inserções em Circuitos
Ideológicos: Projeto
Cédula
1975



Nas obras *Árvore do dinheiro*, de 1969, e *Zero Cruzeiro*, de 1974 – 1978, Cildo também trabalha com notas de dinheiro, levantando questionamentos sobre o valor das coisas, das pessoas e do próprio objeto de arte. *Árvore de dinheiro* é uma obra que reúne um pacote de cem notas de um cruzeiro amarrado por um elástico comum e colocado sobre um pedestal branco, bastante usado para suportar esculturas. Apesar de a obra ter custado, a grosso modo, cem cruzeiros para ser feita, seu valor de venda na primeira que foi exposta era de dois mil cruzeiros, o que leva a reflexão sobre mercado de arte e o valor de uma obra de arte. A diferença entre gasto de feitura e valor de venda, em longo prazo, se torna ainda mais discrepante: “Como as notas de cruzeiros não são mais a moeda nacional corrente, seu valor de uso é nulo; o valor de troca do trabalho, por outro lado, continua a aumentar devido à crescente fama e reconhecimento do artista” (Calirman, 2013, p.140). Em *Zero Cruzeiro*, ele cria notas falsas que valem zero cruzeiro e troca a imagem da Efigie da República pela imagem de um rapaz da tribo Kraô, de um lado e de outro por um paciente psiquiátrico, ambos os indivíduos marginalizados e desvalorizados pela sociedade.

Com metodologias de ação similares às de guerrilheiros, Cildo vai até uns dos grandes símbolos do capitalismo e do poder estadunidense para apropriá-los e contestar problemas sociais e políticos do Brasil que estão atrelados ao domínio que esse mesmo poder emana. A forma de ver o objeto de arte como algo permanente, ideia herdada de uma corrente hegemônica europeia, também é contestada. As garrafas e cédulas são apropriadas e transformadas em garrafas-obra e cédulas-obra, mas logo em seguida,

são devolvidas para o cotidiano, onde passam por diversas intempéries e estão totalmente fora do controle do artista.

3.9 – Artur Barrio: Do lixo ao lixo

Utilizando lixo, restos de papel, retalhos de pano, corda, carne, ossos e chorume, Artur Barrio¹¹ procura explorar ao máximo o grotesco e o efêmero para discutir tempo, política, matéria, precariedade, entre outras questões, na arte. Em seu *Manifesto*, publicado pela primeira vez em 1970, o artista apresenta seus descontentamentos contra o elitismo na arte e sua incompatibilidade com países subdesenvolvidos como o Brasil. Ele nega veementemente o uso de materiais caros e altamente tecnológicos que são empurrados por uma elite que desconhece a realidade dos artistas e, em seguida, fomenta o uso de materiais baratos e perecíveis:

Portanto, por achar que os materiais caros estão sendo impostos por um pensamento estético de uma elite que pensa em termos de cima para baixo, lanço em confronto situações momentâneas com o uso de materiais perecíveis, num conceito de baixo para cima (Barrio, 2006, p.263).

Para Barrio, a simples entrada de trabalhos feitos com esses materiais nos circuitos da arte já seria uma provocação contra instituição-arte. E, pelo uso de materiais efêmeros,

¹¹ Artur Barrio em Porto, Portugal, em 1945 e mudou-se para o Rio de Janeiro aos dez anos de idade, onde estudou artes e construiu sua carreira.

ele também é a favor de obras que durem, a posteriori, apenas em registros, seja a fotografia, gravações ou registros sensoriais. Em 2016, a Revista Visuais, da Unicamp, publicou uma série de anotações de Artur Barrio, em uma delas, de 1970, ele reforça diversas questões que ele escreveu em seu Manifesto, como o uso de materiais perecíveis, seu caráter social, além da importância do registro, que serve para informar a ideia de suas obras, apesar de não ser a própria obra:

Faço uso de materiais precários (situações de perecibilidade inclusive), em função de uma consciência minha, individual, e ao mesmo tempo como resultado de uma visão da realidade coletiva - socioeconômica: acho importantíssimo o uso desses materiais, já que seu poder de contestação é muito forte e real.

Em meu trabalho, encaro o registro através do filme ou foto etc simplesmente como o processo informativo de uma ideia. Reneguei as categorias em arte em função de uma maior abertura e consequente possibilidade de ação – inclusive a denominação obra de arte: envolta em pompa bastante duvidosa. Refiro-me ao que faço, apenas como trabalhos. A cidade, substituindo o papel, tela etc, da mesma forma o país ou o continente: política ou geograficamente: - ou o próprio planeta em relação ao cosmos (Barrio, 2016, p.6).

Com ideologias similares à de Barrio, o diretor de cinema Glauber Rocha e o movimento cinematográfico brasileiro *Cinema Novo* também procurava se aproximar de estéticas e narrativas que dialogassem com a pobreza presente na realidade do país. Seguindo a famosa frase do diretor “Uma câmera na mão e uma ideia na cabeça”, o movimento buscava um cinema que se aproximasse mais de questões brasileiras e discutisse questões sociais e políticas, além de se opor à opulência de maior parte da produção cinematográfica hollywoodiana. Para Claudia Calirman, eles “eram a favor da estética e das narrativas da pobreza, ressaltando questões políticas e éticas em seus roteiros e filmando em locações empobrecidas, como as favelas e as regiões áridas do Nordeste” (2013, p.84).

Frederico Morais também apoiava esse tipo de estética em oposição aos avanços tecnológicos de países expansionistas e hegemônicos. Em 1970, em uma entrevista para o Jornal do Brasil, sobre a exposição *Do Corpo à Terra*, que tinha Barrio como um dos expositores, o jornalista Francisco Bittencourt perguntou ao crítico “a arte de detritos não seria o último estágio das sociedades de consumo?”, e ele respondeu:

Quem introduziu o detrito na arte foi Schwitters (...) A *pop*, arte afluyente, retomou a estética do lixo, tornando-a consumível. Os países periféricos, como o Brasil, alimentam-se das sobras (lixo, detritos, sucatas, embalagens) das nações que os dominam econômica e culturalmente. (...) Mas a sucata industrial é reaproveitada mesmo nos países ricos. No Brasil, transformamos,

no Nordeste, a embalagem de leite em pó em filó, a lata de lubrificante em cesta de pão, assim como na favela carioca, o papelão corrugado pode servir de cama ou telhado. (...) A *pop* reifica os objetos que constituem o prosaico cotidiano, tal como artesão de Juazeiro ou Feira de Santana. O imperialismo paulista deságua o lodo de sua produção no Nordeste, que assim vai deixando de ser rural e artesanal. Enfim, o lixo é, sobretudo, um problema urbano, das grandes cidades (...). Um problema sociocultural – quando não moral. O lixo é a violência política, é o Esquadrão da Morte, é a tortura, a censura ou a fome – e todos os demais clichês brasileiros (Morais, 1970).

Para Moraes, o lixo vai muito além da matéria, acompanha-se com ele todo um contexto social, que vai da cultura do acúmulo desenfreado do capitalismo estadunidense/ europeu, perpassando, em alguns pontos, na *Merzbau* (1923 - 1937) de Schwitters e na *Pop Art*, até nas mais distantes periferias do mundo, que são afetadas pelos efeitos colaterais desses acúmulos que vão para os lixões. E é nesse contexto de miséria e precariedade que constrói sua obra.

Nas *Trouxas ensanguentadas*, série de obras de Barrio, ele traz o lixo e suas diversas leituras ao debate. Elas “compõem um trabalho que não se constrói na delicadeza, é obra de luta explícita contra a indiferença, é um agudo desafio perceptivo, hermenêutico e ético” (Freitas, 2013, p.115). Para fazer uma trouxa, Barrio junta bastante lixo, orgânico e inorgânico (restos de carne, ossos, papelão,



Figs. 58, 59
Artur Barrio
SituaçãoT/T1.....
1970



espuma, plásticos, panos, jornais velhos, sangue, chorume, etc.), os coloca em grandes retalhos de pano e amarra uma corda para fechar o pacote. Em seguida elas são montadas na rua ou jogadas em ambientes expositivos de arte.

Assim como as *Inserções* de Cildo Meireles, as *Trouxas* também tendem a enfatizar mais as ações e processos do trabalho, como uma proposta, além dos espectadores-transeuntes, do ambiente em volta e dos registros, do que o objeto em si. Para Artur Freitas, a temporalidade é um condutor poético decisivo nesta obra e ela se apresenta de duas maneiras: na própria efemeridade do objeto, que está em estado de decomposição constante, por já ter ultrapassado o tempo de vida “útil” de cada objeto que está em seu interior; no próprio ato de instalar suas trouxas, tanto nas ruas como nos espaços expositivos, por abrir uma lacuna momentânea no tempo cotidiano desses lugares.

A temporalidade, no caso do objeto, o torna, em curto prazo, inacessível, já que rapidamente ele foi descartado nas vezes em que foi exposto. Esse aspecto o relaciona às pesquisas dos artistas estadunidenses do momento, ao mesmo tempo em que o processo que desmaterializa o objeto, que é a decomposição e o putrefato do lixo, os separa. Assim, os trabalhos de Barrio ficam no centro do cabo de guerra entre o pensamento vanguardista advindo dos conceitualistas, “com seu movimento de dessacralização da autoria, da beleza, da aura e da eternidade”, e os problemas “da miséria e da violência como valor de resistência à repressão e ao imperialismo” (ibidem, p.126). Frederico Morais compara esse contraste na arte com um contraste bélico, na guerra do Vietnã, onde os Estados

Unidos saíram perdendo apesar de ter mais tecnologia:

Enquanto nas selvas do Vietnã, os vietcongs derrubam a flechadas os aviões F-111, colocando em questão, por processos primários, a tecnologia mais avançada e exótica do mundo, a arte pobre, tropical, subdesenvolvida, mostra que o “plá” está na ideia e não nos materiais ou na realização. Enquanto europeus e norte-americanos usam “computers” e raio “lasers”, nós brasileiros (...) trabalhamos com terra, areia, borra de café, papelão de embalagens, jornal, folhas de bananeira, (...) restos, enfim, com os detritos da sociedade consumista (Morais, 1970, p.57).

Outra obra que também ia contra o uso de materiais sofisticados em favor da precariedade presente no Brasil era os *Parangolés*, de Hélio Oiticica. *Parangolés* são basicamente vestimentas, capas ou estandartes, geralmente produzidos de restos de tecidos coloridos e baratos e, às vezes, com poemas escritos, feitos para serem usados para um espectador-participante dançar e se unir a outros espectadores-participantes dançantes, criando um espaço de arte ambiental e coletiva. Oiticica produzia suas peças por meio de gambiarras e remendos dos tecidos, dialogando com os improvisos tão presentes na vida periférica, com as estruturas das favelas e com a pobreza que dominava em países subdesenvolvidos como o Brasil.

Porém, diferente de Barrio, Oiticica apostava no sentido criador que esses improvisos criavam e os *Parangolés* dialogavam com festividades e comemorações ligadas à cultura popular como o samba e o carnaval. Para Artur



Figs. 60 - 63

Artur Barrio

Situação...ORHHHHHHH ...ou ...5.000 ...T.E ...EM... N.Y ...City1969

1969



Freitas, na obra do artista “continha em si um traço ético e inventivo potencialmente positivo, enquanto Artur Barrio, ao contrário, a miséria só cabia no fazer estético e se posta como sujeira, fealdade e choque deliberado” (2013, p.134).

Voltando às *Trouxas*, elas foram usadas por Barrio em duas ações (ou *Situações*) do artista, uma no *Salão da Bússola*, no Rio de Janeiro, entre novembro e dezembro de 1969, e outra, no *Do Corpo à Terra*, em Belo Horizonte, em abril de 1970.

A primeira, intitulada *Situação...ORHHHHHHH ...ou ...5.000 ...T.E ...EM... N.Y ...City1969*, realizada no Salão da Bússola, foi uma instalação onde o artista espalhou diversas trouxas pelo espaço expositivo, umas no chão e outras penduradas no teto, formando um ambiente sujo e agressivo que se modificava constantemente devido à decomposição dos materiais, como ele explica no texto homônimo à obra, escrito em 1969:

Interferência no regulamento do salão por obstruir meus trabalhos (1 saco de papel com pedaços de jornal, espuma de alumínio e um saco de cimento velho), transformando-os em lixo e automaticamente em uma obra (trabalho) de transformação contínua, anulando, assim, totalmente, o conceito germinação obra acabada (Barrio, 2016, p.13).

Depois de instalada, a obra se modificou de outra forma: com a participação do espectador que espalhou mais lixo pelo espaço expositivo, jogou dinheiro entre as trouxas

e escreveu palavrões nos tecidos. Para Artur Freitas essa resposta do público era ambígua, pois parecia “tanto concordar com os propósitos anti-institucionais da obra (...) quanto discordar da arbitrária aceitação de sacos de lixo num salão de arte” (2013, p.147). No fim da mostra, Barrio aproveitou o material para fazer outro trabalho. Ele transportou suas trouxas e as colocou ao lado externo do Museu “sobre uma base de concreto (nos jardins), reservada às esculturas consagradas” (idem). O ato irônico de colocar lixo-obra em um local destinado a monumentos duradouros que claramente são vistos como obra de arte para olhos acostumados com trabalhos tradicionais, resultou em uma pequena confusão: a polícia que passou por perto do local ligou para o Museu para saber o que era aquilo e se pertencia à instituição, mas já que não recebeu respostas imediatas, retirou o trabalho do local no dia seguinte. O choque entre a obra e o local gerou um estranhamento que fez a obra durar mais tempo que um “lixo comum” encontrado na rua e menos tempo que uma “obra comum” encontrada sobre um pedestal de concreto.

A segunda ação das *trouxas* foi intitulada *SituaçãoT/T1.....*, ocorreu em Belo Horizonte, no evento *Do Corpo à Terra*. O artista produziu 14 trouxas, utilizando sangue, ossos, carne, espuma, pano, sacos, facas, entre outros materiais e, em seguida, na noite do dia 19 de abril, ele as colocou em um córrego no Parque Municipal da cidade. No dia seguinte, pela manhã, o artista, com o apoio do fotógrafo César Carneiro, registrou a reação dos espectadores-transeuntes, espantados com a brutalidade que presenciavam, que foram se aglomerando no decorrer do dia. Vistas durante um período delicado da ditadura militar,

Figs. 64, 65
Artur Barrio
Produzindo as Trouxas

Artur Barrio
SituaçãoT/T1.....
1970



Fig. 66
Hélio Oiticica
Parangolés
1964



onde o medo da repressão afetava o cotidiano de todos, as trouxas se assemelhavam a corpos de pessoas torturadas e assassinadas, o que aumentava a tensão e a força da situação criada pelo artista. “A presença das trouxas em espaços públicos questionava a existência de espectadores inocentes e imparciais, sugerindo, pelo contrário, a vulnerabilidade de toda a sociedade aos atos do regime ditatorial”, comenta Claudia Calirman (2013, p.91). Barrio comenta sobre o momento tensão em que a obra estava e que ela mesma expandiu:

(...) o que aconteceu foi algo inesperado, dentro do contexto ligado à arte, por que aquilo ali era um espaço condicionado à arte, só que a repercussão e a ação foi como se não fosse. (...) Veio a polícia, veio corpo de bombeiro. Foi um negócio completamente inesperado, mas enfim (...) Depois disso eu fugi no primeiro ônibus (Barrio apud Freitas, 2013, p.155).

Outra *Situação* que Barrio criou, porém sem suas *trouxas*, foi a *Defl..... -Situação-+S+RUAS*, de 1970, que eram 500 sacolas plásticas com diversos tipos de lixo dentro, espalhadas pelo Rio de Janeiro, formando montanhas de sujeira pela cidade. A ação só foi oficialmente encerrada pelo artista quando ela foi recolhida pelos responsáveis pela limpeza na cidade. Em um relato sobre a obra, de 1970, Barrio explica passo-a-passo, os cuidados para realizar a obra e se retirar do local rapidamente após alguns registros:

OBJETIVO: FRAGMENTAÇÃO DO COTIDIANO EM FUNÇÃO DO TRANSEUNTE.

NA REALIZAÇÃO DO PROJETO FOI USADO um carro utilitário, tendo como motorista Luiz Alphonsus e no registro fotográfico César Carneiro, eu, Barrio, ocupei-me do lançamento dos sacos nos logradouros escolhidos; o início da ação deu-se às 10hs da manhã, sendo que a tática usada foi a seguinte:avanço a pé por uma rua em meio aos transeuntes carregando um saco (como usados para farinha, 60kg) repleto de objetos deflagradores e, quando chego ao local determinado, despejo-o em plena via pública, continuando a caminhar; logo após, César Carneiro registra a reação dos passantes, etc., em 6 ou 7 disparos, caminhando logo em seguida para o carro (UTILITÁRIO) que numa rua transversal nos espera, com o motor ligado(Barrio, 2016, p.14).

A preocupação do artista de organizar um plano de ação com a colaboração de outras pessoas e uma tática de fuga demonstra bem o caráter guerrilheiro de produção que sua obra solicitava em períodos tensos como na ditadura. É necessário ser ligeiro tanto na entrada como na retirada nesses espaços, a fim de evitar qualquer confronto com autoridades que podem pôr em risco a integridade do artista e da obra. Barrio se preocupa muito com o con-



Figs. 67, 68
Artur Barrio
Defl... Situação... +St... RUAS
1970

texto social em que sua obra se encaixava, mas não deixa de pensar profundamente nas questões formais do objeto artístico e todas as conexões que seus materiais sugerem, por mais grotescas, violentas e abjetas que elas sejam:

“A IDEIA PODE GERMINAR EM QUALQUER LOCAL, NO BANHEIRO INCLUSIVE, CONSIDERADO PORTANTO COMO LOCAL DE TRABALHO” (ibidem, p.6).

Caminhando em direção ao mais abjeto, sujo e grotesco possível, com materiais que já ultrapassaram o prazo de validade há muito tempo, Artur Barrio experimenta uma estética da pobreza e sua força política. Apesar de o artista defender o uso de materiais de baixo custo, boa parte do seu repertório vai além disso. Muito do que está do seu trabalho é facilmente adquirido gratuitamente, justamente por ser aquilo que nós preferimos ter o máximo de distância possível: são nossos restos, desejos, sobra de algo que consumimos com muito prazer, mas que não queremos mais, algo que nós produzimos e rejeitamos. É com esse tipo de material que Barrio constrói seu trabalho.

3.10 – Antonio Manuel: o Anti-Jornalista

Explorando outro tipo de material, que também é efêmero e com forte apelo político, mas que está mais próximo

de uma linguagem dominante, Antonio Manuel¹² constrói vários de seus trabalhos através do jornal. Envolvendo todo o contexto em que esse suporte se insere, seja pela forma sensacionalista de retratar a vida ou pelas censuras que ocorriam no período do regime militar, época em que o artista estava iniciando sua carreira artística.

No começo de sua trajetória, o artista foi convidado por Hélio Oiticica para participar da exposição *Nova Objetividade Brasileira*, que ocorreu em 1967. Lá ele expôs seus primeiros trabalhos que tinham o jornal com suporte. Ele interferia diretamente no jornal, utilizando giz de cera, rasurando imagens e textos do suporte, desenhando uma multidão de rostos assustados. O caráter sombrio das figuras remetia às imagens que estavam começando a aparecer nos jornais, já que esses desenhos foram feitos quando a ditadura estava se iniciando e o AI5 estava prestes a ser aprovado. “Seus desenhos modificados refletiam a ameaça às liberdades civis por intermédio dos meios de comunicação, que estavam sob censura”, explana Claudia Calirman (2013, p.66). No texto *A política da imagem*, publicado na revista ZUM em 2014, de autoria de Antonio Manuel em parceria do crítico arte Luiz Camillo Osorio, é comentado como a presença do jornal na obra do artista vai muito além das questões formais do objeto:

12 Nascido em Portugal em 1947, Antonio Manuel veio ao Brasil em 1953, para o Rio de Janeiro. Ele assistia aulas de arte na Escola Nacional de Belas Artes e participava de cursos com o artista Ivan Serpa, no MAM/RJ. Aos dezesseis anos de idade, ele teve seus primeiros contatos com materiais gráficos, quando trabalhou em uma agência de publicidade.

Fig. 69
Antonio Manuel
sem título
1966



O uso do jornal evidencia o suporte, impregnado de sentido, sujo, carregado de informação efêmera e mundana, deliberadamente público e claramente político. É a partir dessa superfície ruidosa – de textos e imagens – que a ação do lápis de cera faz brotar uma multidão de seres expressivos, cada um com sua própria singularidade gráfica (Manuel; Osorio, 2014)¹³.

Após interferir nos jornais, o artista começou a série *Flans*, em 1967, onde ele utilizava o próprio flan como suporte. Flan são placas brancas de plástico que eram usadas de base para criar matrizes de chumbo em alto relevo para passar a imagem e o texto para o papel, durante a impressão do jornal, em uma máquina rotativa. Para cada folha de jornal se usa um flan e, a cada dia, vários flans são descartados pelas gráficas. Após seu descarte, Antonio Manuel recolhia as peças que mais lhe chamava atenção e lhes pintava de tinta nanquim, interagindo com as imagens e texto que lá estavam.

13 https://revistazum.com.br/revista-zum_6/a-politica-da-imagem/, Acessado em: 06, set, 2018

As imagens mais corriqueiras que ele recolhia para fazer os Flans eram fotografias de rua: manifestações estudantis, repressão policial, milhares de pessoas em confronto, arremessando pedras, sendo algemados pela polícia. Um dos jornais do qual as imagens eram retiradas foi o *Jornal do Brasil*, que tinha a diagramação formulada pelo artista Amilcar de Castro e seguia uma estética que se assemelhava a obras do movimento neoconcreto.

A estrutura geométrica e arejada, proveniente do pensamento construtivista brasileiro, pensada por Amilcar de Castro para o jornal ganhava outro peso ao se amalgamar com as imagens que Antonio Manuel destacava e modificava, que eram, em sua maioria, fotografias impactantes, carregadas de violência e agitação.

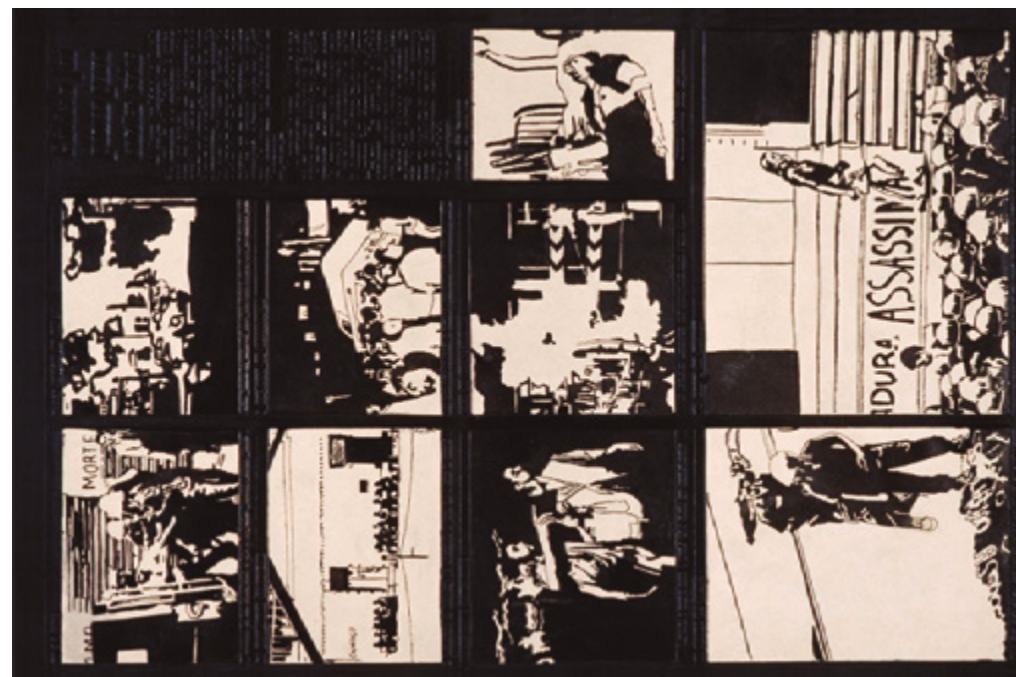
O artista, na época de produção dos *Flans*, entre 1967 e 1968, chegou a frequentar as oficinas gráficas dos jornais quase que diariamente, como se fosse um dos funcionários da empresa. Desta forma, o artista trocou seu ateliê tradicional pelo ambiente de trabalho tradicional das oficinas:

Tudo ali era criação, a transformação de vivido em algo gráfico-visual, com toda a carga desse vivido. Um ruído dinâmico que imprimia assim uma força viva do trabalho. (...) continuei a trabalhar com o jornal, aproveitando o material do dia a dia, frequentando as oficinas do *Jornal do Brasil*, *Correio da Manhã*, *O Globo* e o *Paiz*, de madrugada, às 2 ou 3 horas, para selecionar os flans, pois eles são considerados material de



Figs. 70, 71
Antonio Manuel
A imagem da violência, da série *Flans*
1968

Antonio Manuel
Dura assassina, da série *Flans*
1968



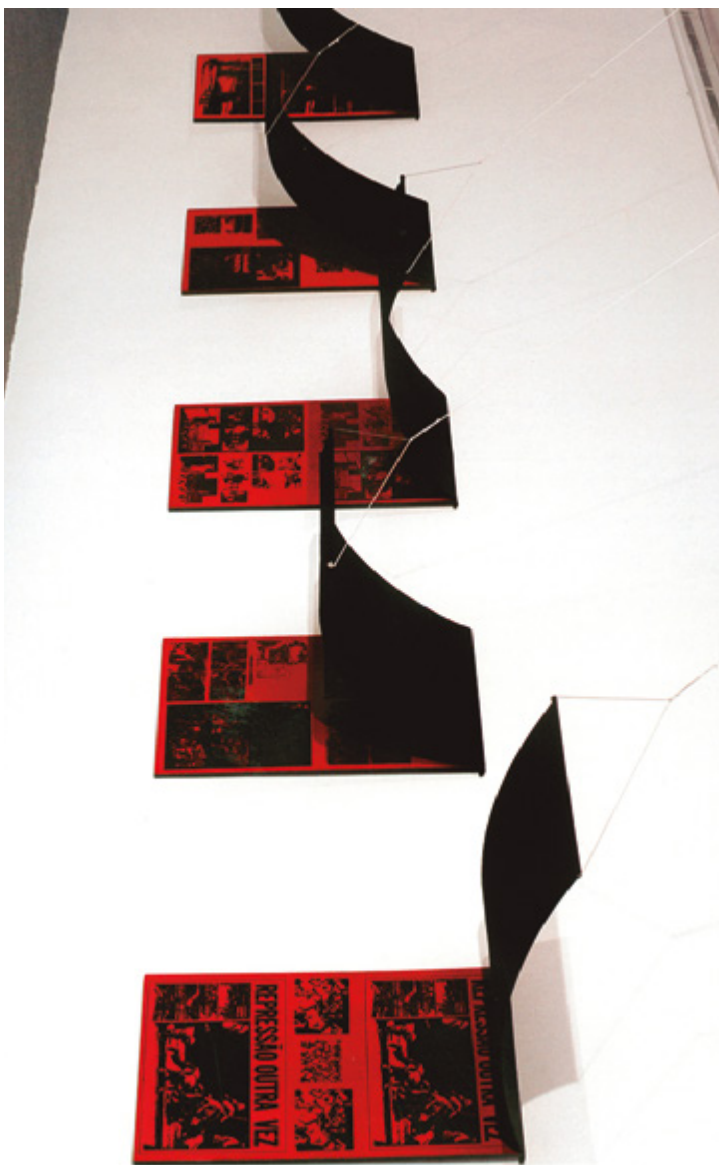


Fig. 72
Antonio Manuel
Repressão Outra Vez: Eis o Saldo
1968

sucata. (...) o flan é um material muito bonito e quase invisível, e assim tinha de trabalhar sobre determinados enquadramentos de luz. Tinha que jogar a luz em diagonal, ou de frente, para enxergar o que estava registrado nele (Manuel apud Freitas, 2013, p.177).

Aproveitando os *Flans*, Antonio produziu outro trabalho, a instalação *Repressão outra vez: eis o saldo*, preparada para ser exposta pela primeira vez em 1968, no MAM-RJ. Ele produziu cinco serigrafias, baseadas em seus *flans*, em preto e vermelho, impressas em madeira. Elas ficavam na parede, cobertas por uma cortina preta e possuíam um mecanismo com uma corda pendurada ao teto. Para ver as imagens escondidas, o espectador deveria puxar a corda. A instalação, que dialogava com a censura, acabou sendo censurada pelo governo militar: “um certo general Montanha viu a obra e interditou a exposição, que não chegou a ser aberta ao público. A ditadura manteve as cortinas cerradas, e o movimento, reprimido nas ruas, não teria mais espaço de circulação simbólica”, comenta Luiz Camillo Osorio (2014).

Alguns anos depois, em 1973, Antonio continuou trabalhando com jornais. Porém, ele deixou de se apropriar das imagens dos jornais e começou a produzir suas próprias manchetes, inventando notícias, com as *Clandestinas*. Ele teve a oportunidade de realizar esta série ao conseguir um espaço no jornal *O Dia*, por ser amigo do jornalista Ivan Chagas Freitas, que trabalhava lá e era filho do dono, Antônio de Pádua Chagas Freitas, que demorou a ter o conhecimento da permissão que o filho deu ao artista.

As manchetes inventadas não tinham cunho especificamente político, geralmente tendiam mais para o humor e a ironia. Ele escrevia os textos em casa e ia para o jornal datilografar e produzir o material para a produção, com o apoio de alguns funcionários. Apenas as capas eram modificadas e encaixadas no miolo do jornal comum feito pelos outros funcionários. A forma de modificá-las era sutil: ele inventava novas manchetes, trocava as imagens, mas mantinha a mesma diagramação e o logo do jornal. Para a produção das *Clandestinas*, ele frequentava o jornal diariamente, assim como na época de produção dos Flans:

Eu ia lá para a oficina, um cara cabeludo, e começava a trabalhar com os operários numa de igual com eles. Prefiro mil vezes trabalhar com operários do que com qualquer pessoa. Mas eles também tentavam me reprimir. Não queriam, por exemplo, que eu botasse as coisas de cabeça para baixo. Mas eu dizia que podia sim, até que eles se acostumaram comigo e começaram a me curtir. (...) Três a dez operários trabalhavam comigo. Algumas vezes o diagramador tinha de se virar para encaixar minhas “notícias”. Discutíamos até a proporção das letras para que o texto coubesse nas páginas (Manuel apud Freitas, 2013, p.179).

Uma das manchetes do jornal-obra que o artista inventou foi **“PINTOR ENSINA DEUS A PINTAR”**, em homenagem ao artista e seu professor, Ivan Serpa, que havia falecido a pouco tempo. Em outros jornais, ele escrevia **“CRIME PASSIONAL DAS VAMPIRAS”**, **“AMARROU UM BODE NA DANÇA DO MAL”** ou **“PINTOR MOSTRA PÓS-ARTE”**, como principais notícias, dividindo espaço com fotos dele mesmo, ou de amigos, como a artista Lygia Pape, além de outras notícias menores que, por parecerem absurdas e verossímeis ao mesmo tempo, dificulta saber se fazer parte da intervenção ou são notícias reais: **“VELHO GENERAL MORRE LUTANDO COM LADRÕES”**; **“ABATIDO AO LADO DA AMANTE”**; **“MISS NITERÓI MORRE A TIROS”**; **“CHIQUINHO CONTRA A BOLÍVIA”**; **“NUVEM ATÔMICA ESTÁ SE APROXIMANDO”**; **“NAZISTAS SABOTARAM AVIÃO RUSSO”**.

Após a impressão dos jornais, o próprio Antonio fazia o papel de artista-entregador de jornal, indo de banca em banca entregando centenas de exemplares modificados.



As *Clandestinas* foram pensadas para serem quase idênticas aos jornais comuns e os espectadores-leitores estavam comprando e consumindo arte sem saber; o objeto artístico penetrava um ambiente social completamente diferente dos espaços expositivos comuns e circulava entre as pessoas que estavam apenas atrás de notícias diárias comuns. Para o artista, essa foi a maneira que ele encontrou de misturar a arte com a vida:

A ideia era fundir meu jornal com o jornal do dia, sem nenhuma diferença entre um e outro. É a maneira de introduzir um elemento de arte dentro de um processo industrial de jornal, logo na primeira página, no rosto do veículo. (...) Era assim um lado marginal, clandestino dentro da própria estrutura de um veículo industrial de massa. Podia até acontecer de alguém comprar sem saber se era o jornal ou se era o clandestino (Manuel apud Freitas, 2013, p.181).

Figs. 73, 74
Antonio Manuel
Clandestinas
1973



Com o contínuo uso dos jornais como suporte, Antonio Manuel se aproxima, em alguns pontos, da linguagem da arte *Pop* e suas apropriações de imagens veiculadas pelas mídias de massa. Para Artur Freitas, as *Clandestinas* se aproximam das *Brillo Box* de Andy Warhol, que eram réplicas de caixas de produtos da marca de limpeza *Brillo*, mas que apenas copiavam seu aspecto visual, mas eram feitas de outro material, a madeira. Da mesma forma que a obra de Antonio tentava replicar os jornais apenas para “enganar os olhos”, mas não para ter semelhança integral aos objetos originais, as caixas de Warhol seguiam o mesmo caminho.

O jornal também foi utilizado pelo artista como suporte não de apenas uma obra, mas de uma exposição individual sua com diversas obras. Exposição essa que, a meu ver, além de exposição de obras, também é uma obra em si. Seu nome é *De 0 às 24 horas* e surgiu por causa de um infortúnio: uma exposição individual sua que seria realizada em julho de 1973 no MAM-RJ havia sido cancelada de última hora. Seu cancelamento não está diretamente ligado à atitude de algum militar, mas do medo da represália que poderia vir. Devido à alta carga política e contestadora dos trabalhos de Antonio que seriam expostos, a própria organização do museu preferiu cancelar o evento, numa espécie de autocensura, a fim de evitar confrontos.

Após o cancelamento, o artista ainda pretendia expor suas obras e decidiu fazê-lo por meio de um suplemento de jornal, um caderno a mais que vinha quando se comprava o periódico nas bancas. Sua exposição-suplemento tinha 6 páginas e tinha um dia de duração, tempo de vida útil das notícias veiculadas pelo suporte, por isso o título *De 0 à 24 horas*.

Para viabilizar sua ideia do jornal-exposição, ele foi até *O Jornal*, situado no Rio de Janeiro, e sugeriu o projeto com a equipe da empresa. Depois de muitas negociações, o artista conseguiu o espaço de duas páginas no periódico, o que não foi o suficiente para convencê-lo. Depois de muita insistência e negociação, a exposição, enfim, pôde ter o suplemento inteiro como espaço, com suas seis páginas. Na primeira página do jornal, Antonio Manuel, escrevendo sobre si mesmo na terceira pessoa, apresenta suas ideias, defende sua proposta e ainda contesta a instituição-arte, como seus colegas Cildo Meireles e Artur Barrio:

Está esgotado o ciclo das artes plásticas em galerias, em museus; se a arte, essencialmente, deve estar voltada para o público, para a massa, só terá sentido se feita através de um veículo de massa, de comunicação de massa. A partir dessa premissa, resolveu ele cancelar a exposição que deveria ter sido aberta anteontem no Museu de Arte Moderna do Rio, para que um jornal – O JORNAL, no caso – fosse a exposição. Um jornal-exposição. Uma exposição que só dura 24 horas, o tempo que dura um jornal nas bancas. É essa a proposta de Antonio Manuel. Que O JORNAL transmita ao público. Para que ele decida (Manuel apud Freitas, 2013, p.171).

Fig. 75
Antonio Manuel
Duas páginas da obra *De 0 a 24h*,
1973



Seu profundo domínio da linguagem midiática, somado com sua ironia e humor ácido para tratar de problemas políticos, tornam a obra de Antonio Manuel tão incontornável quanto os trabalhos de Andy Warhol para se compreender como a arte pode se relacionar com a cultura de massa. Porém Antonio Manuel se utiliza não só de imagens midiáticas, mas também do próprio suporte massivo. O artista se propõe a ir pelo caminho inverso ao dos grandes nomes da comunicação de massa, que se utilizam desses mecanismos para propagar suas formas de pensar e expandir cada vez mais seu poder. Ele usa esses mecanismos justamente para contestar as formas de pensar vigentes que eles propagam, e espalhar outras formas de pensar o mundo.

3.11 - Etc.

O experimentalismo de materiais e locais na obra de Antonio Manuel fazia parte de uma série de mudanças que estavam acontecendo no cenário artístico brasileiro. Essas experimentações percorriam tanto o âmbito político quanto os aspectos formais em torno da obra. Enquanto a parte política batia de frente com os ideais da ditadura militar, a parte formal, muitas vezes, desafiava a própria noção de arte. Esses enfrentamentos causavam, muitas vezes, diversas polêmicas, como a que ocorreu no Salão da Bússola, no MAM/RJ, em 1969, que apresentou diversos artistas que exploravam várias das novas formas de se fazer arte, como a performance, a *body art* e a Arte Conceitual.

Entre os três jurados que avaliaram os artistas, dois aprovaram e receberam muito bem as novas experimentações – Frederico Moraes e Mário Schemberg, porém, o terceiro, Walmir Ayala se mostrou bastante descontente com os trabalhos. Mas, por ser minoria no júri, as obras experimentais foram devidamente aprovadas, expostas e premiadas. Ayala, indignado, escreveu uma crítica para o *Jornal do Brasil* no dia 28 de outubro, parodiando, no título o nome da exposição, mudando para *Salão dos Etc.*

Este nome carrega uma referência interessante. Como explica Artur Freitas, “no item 4 do Salão estava previsto que os artistas poderiam inscrever seus trabalhos ‘em qualquer categoria: desenho, escultura, objeto etc...’. Na ficha de inscrição para o evento, muitos artistas acabaram assinando que a sua obra pertencia, justamente, à categoria ‘etc.’” (2013, p.71-72). No texto, Ayala criticava duramente a escolha das obras e, já no começo, ele dá uma definição bastante assertiva sobre os artistas que ele reprovava. O que dava um tom de aprovação aos mesmos (e explana as características do grupo artístico tão bem quanto Moraes, quando coloca no grupo que ele chama de arte-guerrilha, como foi citado no começo deste capítulo):

E o que será *Etc*? *Etc* é tudo depois de que já se sabe. Trata-se de uma liberação total da arte, de qualquer preconceito ou perspectiva. Uma arte Antimuseu, antigaleria, antiartística, transformada em ação ou situação, focalizando a pureza das coisas e sua carga significante (Ayala, 1969, p.2).

Mas logo em seguida, ele contesta os critérios que o júri usou para escolher os artistas, que eram incompatíveis com critérios para se julgar outras formas de arte:

Para que se aceitasse tranquilamente estas propostas, que no Salão da Bússola chegaram ao ponto de apresentar como obra um saco de plástico contendo um rolo de papel higiênico, teríamos que rejeitar todo o resto do salão. Como adotar critérios que justifiquem a obra a que me referi antes, e um quadro pintado em tela com tinta e pincel, ou mesmo uma escultura, seja ela cinética ou minimal? (idem).

A posição conservadora do crítico representa a resistência para um tipo de arte que começava a se desenvolver, não só no Brasil, como no resto do mundo. Obras *Etc.* estão cada vez mais presentes no meio artístico ao passo que muitos artistas preferem evitar o uso de suportes tradicionais para explorar novas linguagens, assim como muitos dos artistas *Etc.*, buscam formas de sair de espaços expositivos tradicionais para explorar outros lugares, como a rua, o solo, o ar, uma indústria, a internet, uma banca de jornal, um supermercado, vagas de estacionamento, muros, árvores, pistas, *Etc.*

Fig. 76
Ficha de inscrição de Cildo Meireles para o Salão da Bússola



AROLDO ARAÚJO PROPAGANDA LTDA.
RUA MIGUEL GOUTO 15-2º ANDAR TEL. 22-2804-08 20-2

SALÃO DA BÚSSOLA
5 de novembro à 5 de dezembro de 1969
MUSEU DE ARTE MODERNA
Rio de Janeiro, GB

NÚMERO DA INSCRIÇÃO

Artista CILDO MEIRELES Cidade GB.

Endereço RUA GENERAL GILÉLIO 445/1007 LARANJEIRA
TEL. 2-457748

ATENÇÃO : COMPLETAR O FORMULÁRIO NO VERSO (DADOS BIOGRÁFICOS E CURRÍCULO)
PRAZO E LOCAL DE ENTREGA DAS OBRAS : ATÉ 1/10/1969, MUSEU DE ARTE MODERNA DO RIO DE JANEIRO
ESTA FICHA DEVERÁ ACOMPANHAR OBRIGATORIAMENTE OS TRABALHOS INSCRITOS
SUBMETO-ME AO REGULAMENTO DO SALÃO DA BÚSSOLA

Cildo Meireles
Assinatura do artista ou responsável

categoria <u>ETC. (11cm 4)</u>	categoria <u>ETC. (11cm 4)</u>	categoria <u>ETC. (11cm 4)</u>
A DOCUMENTAÇÃO (11cm 4) Título da obra	B DOCUMENTAÇÃO (11cm 4) Título da obra	C DOCUMENTAÇÃO Título da obra
Técnica empregada <u>VARIA</u>	Técnica empregada <u>VARIA</u>	FOTOS, MAPA. Técnica empregada
Dimensões Horizontal <u>30</u> cm Vertical <u>30</u> cm <u>27x30</u> <u>30</u> <u>cm</u>	Dimensões Horizontal <u>30</u> cm Vertical <u>30</u> cm <u>30x30</u> <u>30</u> <u>cm</u>	Dimensões Horizontal <u> </u> cm Vertical <u> </u> cm
Valor da obra NCRS <u>6000 PLEX</u>	Valor da obra NCRS <u>6000 PLEX</u>	Valor da obra NCRS <u>6000 PLEX</u>

3.12 – Hoje em dia... Depois dos artistas Etc.

Nos dias de hoje, muitos anos após o fim da ditadura militar no Brasil, ainda há diversos grupos e artistas em diálogo com a raiz artística, política e conceitual da época.

Dentre estes está o Coletivo Poro, uma dupla formada pelos artistas mineiros Brígida Campbell e Marcelo Terça-Nada! que realiza intervenções e ações urbanas, utilizando meios de comunicação (tanto os oficiais, como os populares) como principal matéria prima, com a ideia de criar pequenas modificações no cotidiano dos espectadores, que geralmente transitam de forma mecânica e acelerada pela cidade.

Suas ações envolvem entregar panfletos escritos “10 maneiras incríveis de perder tempo”, colar santinhos nas paredes das ruas e instalar faixas com escritos como “enterre sua TV” e “assista sua máquina de lavar como se fosse um vídeo”. São intervenções sutis com temas que trazem para o debate, alguns problemas e falhas encontrados em espaços urbanos. Para Brígida Campbell, “a dupla questiona como as espacialidades da cidade são determinadas por discursos dominantes e busca, através de suas pequenas ações, desestabilizar práticas corriqueiras” (2015, p.135). No manifesto do coletivo, chamado *Manifesto: por uma cidade lúdica e coletiva. Por uma arte pública, crítica e poética*, eles tecem diversas críticas sobre o funcionalismo e o consumismo que regem a maneira de se construir a cultura urbana:

Pais que levam seus filhos aos shoppings em vez de levá-los aos parques estão produzindo

futuros consumistas, pois desde cedo as crianças desenvolvem a ideia de que comprar é uma diversão. (...) Os shoppings fortalecem a cultura do medo, afastam as pessoas da esfera pública. Esvaziam as ruas e reduzem os momentos de sociabilidade a momentos de consumo. Ar-condicionado, ambientes condicionados, pessoas condicionadas (PORO, 2013, p. 84).

As intervenções do grupo são feitas com materiais baratos e efêmeros, que podem ser destruídos com muita facilidade. No site do Poro¹⁴, é possível baixar os arquivos de qualquer panfleto, adesivo ou material gráfico que são usados nas propostas, o que facilita a participação do espectador-interventor nos trabalhos.

O artista Pierre Fonseca, em sua obra *Vecana*, de 2011, instala em árvores da cidade de Belo Horizonte, placas de metal com códigos de barra, um texto dizendo que ela será cortada em breve e informações da empresa fictícia Vecana. Logo em seguida, alguns moradores, assustados, começam a entrar em contato com a prefeitura e as mídias locais começam a divulgar e investigar o caso, até concluir que tal empresa nem sequer existia. “A ação é uma proposta artística que cria uma realidade distorcida, porém possível. Ao exagerar as estratégias comerciais que já existem no mercado, evidencia a falta de escrúpulos na negociação dos bens naturais nas cidades brasileiras”, comenta Brígida Campbell (2015, p.81).

14 <http://poro.redezero.org>, Acessado em: 11 de abril de 2019.



Figs 77, 78

PORO

Faixas de anti-sinalização

2009

Fig. 79

PORO

Perca tempo

2010



Fig. 80

Pierre Fonseca

Vecana

2011



Figs. 81, 82

Coletivo Filé de Peixe

Piratão

2009 - hoje



Buscando refletir sobre a circulação da arte como mercadoria e a aura do objeto quando ele é repetido várias vezes, a obra *Piratão*, do Coletivo Filé de peixe, se utiliza da mesma estética e estratégia de vendedores ambulantes de DVDs piratas para comercializar obras de vídeo-arte de artistas renomados da área. O objeto comercializado é chamado pelo grupo de ENCARTADO e é composto de:

mídia dvd printable + capa xerocada + embalagem plástica + carimbo manual + vídeos apropriados.

Os ENCARTADOS reproduzem infinitamente os vídeos do acervo do coletivo Filé de Peixe, mantendo-se, contudo, únicos enquanto objetos, já que são manualmente carimbados, com número de série que não se repete, portando marcas e intervenções do processo caseiro e não industrial de produção. Os ENCARTADOS são objetos performáticos, elementos constitutivos da ação, comercializados somente no momento do PIRATÃO, aos moldes e preços praticados pelos camelôs: “1 é 5(reais), 3 é 10(reais)”.¹⁵

O grupo procura manter o mesmo processo que vendedores piratas usam para produzir as cópias e estima que já foram vendidos mais de 7000 ENCARTADOS¹⁶ em diversas cidades onde eles realizam o trabalho, desde 2009.

¹⁵ <https://coletivofiledepeixe.wordpress.com/piratao/>, Acessado em: 11 de abril de 2019.

¹⁶ <https://coletivofiledepeixe.wordpress.com/>, Acessado em: 11 de abril de 2019.

No trabalho *A verdade das coisas*, o artista gaúcho Daniel Escobar apanha faixas instaladas irregularmente perto de vias de Belo Horizonte e as devolve para as ruas com as letras recortadas, deixando apenas a parte vazia na faixa. Já as letras recortadas são avolumadas, costuradas e constituem uma instalação dentro de um espaço expositivo.

O coletivo paulistano Don Quijote, ao procurar diálogos com a cidade, em 2005, entrevistou sobre placas de trânsito da cidade de São Paulo, colando sobre elas adesivos com imagens de pistolas e tanques de guerra. Para o coletivo,

a mesmice da normalização provoca um olhar saturado de aceitações. Somos obrigados a nos guiar por setas e direções alheias. Tudo muito claro, tudo muito reto, tudo muito certo.¹⁷

Com a alteração das placas, eles pretendem criar novos símbolos além dos já conhecidos “proibido isso” e “proibido aquilo”, a fim de tirar o espectador da automação do cotidiano, o que provoca a “reorganização do pensamento do indivíduo, que terá como referência a quebra do pensamento adestrado causando, por vezes, a organização do novo”, como diz a pesquisadora Cristiana Cavalcanti (2010, p.43).

A ação *Bala perdida*, do artista carioca Guga Ferraz, ocorre em um tipo de comércio que está se tornando cada vez mais comum: a venda de balinhas e doces em semáforos

¹⁷ <http://permitidopermitir.blogspot.com/search?updated=-max-2006-01-06T18:15:00-02:00&max-results=500>, acessado em 11 de abril de 2019.



Figs. 83 - 87
Daniel Escobar
A verdade das coisas
2008



Guga Ferraz
Bala perdida
2003 - 2009

Don Quijote
sem título
2006



vermelhos no trânsito. O artista reproduz a embalagem de balas comuns e as pendura nos retrovisores dos carros durante o semáforo vermelho, porém, no lugar das balas doces são colocados restos de cápsulas e projéteis de armas de fogo que são encontrados pela cidade. “Guga cria intervenções silenciosas e ao mesmo tempo fortes, que deflagram essas relações de violência nas cidades, especialmente contra as pessoas mais pobres e em situação de risco social”, explana Brígida Campbell (2015, p.285).

Em *O Levante*, o artista alagoano Jonathas de Andrade organiza uma corrida de carroça no centro da cidade de Recife. A corrida foi divulgada por meio de panfletos entregues em feiras de cavalo e pela informalidade boca a boca, mas para conseguir fechar as vias do centro da cidade foi necessário enfrentar a burocracia da Prefeitura e, para isso, a corrida, que ia acontecer de verdade, teria que se vestir de ficção: Jonathas só conseguiu viabilizar a corrida dizendo as autoridades que a corrida, na verdade, era a cena de um filme que estava sendo gravado.

Na corrida celebra-se a imagem dos carroceiros e seus cavalos, que “são ecos fortíssimos de ruralidade que aponta para as origens desta região” e que estão cada vez mais sendo marginalizados e invisibilizados por um projeto civilizatório e predatório que pretende cada vez mais modernizar e homogeneizar tudo que aparece pela frente: “todo este circuito rural é ilegal: as carroças, os cavalos, as feiras, tudo tem que ser invisível aos olhos do poder público e, como absolutamente concreto, existe na marginalidade e sob certo pacto de cinismo” .

Em 2015, o designer gráfico e escritor Gustavo Piqueira escreveu um livro que a priori, não deveria ser lido como um livro comum, chamado *Valfrido?* (um livro homônimo, comum, com páginas e capa, com comentários e informações sobre o trabalho foi lançado no ano seguinte). Contar o enredo da história aqui nesta pesquisa seria irrelevante, o que importa aqui é como ela foi contada: *Valfrido?* foi dividido em dez partes, que foram enviadas pelos Correios durante um mês, para nove mil residências no centro da cidade de São Paulo. Para enviar as histórias, foi utilizado o serviço de mala direta, oferecida pelos Correios, que nada mais são serviços de publicidade por meio de cartas, ou como define o autor do trabalho:

Malas diretas têm um único objetivo: vender algo. A melhor pizza da região. Dedetização rápida e eficiente. Confira todas as vantagens do novo cartão de crédito. Experimente as deliciosas esfihas doces. Lançamento exclusivo a apenas cinco minutos do metrô. Juro zero. Cento e vinte parcelas sem sinal. Não perca essa oportunidade. Amontoadas, berram histéricas em meio aos boletos bancários na soleira da porta, mas geralmente vivem menos do que as aleluias e, segundos após terem sido apanhadas, jazem amassadas no lixo (Piqueira, 2016, p. 27-28).

No processo de entrega dos capítulos da história, surgiram diversos problemas, como o fato dos Correios entregarem as malas diretas para o porteiro de cada prédio que, por sua vez, não as entregavam para os moradores dos apartamentos. Isso se devia ao fato que as maiores responsá-

1ª Corrida de Carroças do Centro do Recife



ORGANIZAÇÃO:
Praia - 3708-0007
Júlio Lima - 3308-2727
Jonas - 3408-8648
Cristina - 3470-2007
Caroline - 3330-4474

Domingo,
5 de agosto
Inscrição: 14h
Início: 15h
Local: Marco Zero

PRÊMIOS:
1º, 2º, 3º, 4º, 5º, 6º, 7º, 8º, 9º, 10º, 11º, 12º, 13º, 14º, 15º, 16º, 17º, 18º, 19º, 20º, 21º, 22º, 23º, 24º, 25º, 26º, 27º, 28º, 29º, 30º, 31º, 32º, 33º, 34º, 35º, 36º, 37º, 38º, 39º, 40º, 41º, 42º, 43º, 44º, 45º, 46º, 47º, 48º, 49º, 50º, 51º, 52º, 53º, 54º, 55º, 56º, 57º, 58º, 59º, 60º, 61º, 62º, 63º, 64º, 65º, 66º, 67º, 68º, 69º, 70º, 71º, 72º, 73º, 74º, 75º, 76º, 77º, 78º, 79º, 80º, 81º, 82º, 83º, 84º, 85º, 86º, 87º, 88º, 89º, 90º, 91º, 92º, 93º, 94º, 95º, 96º, 97º, 98º, 99º, 100º

Figs. 88, 89, 90

Jonathas de Andrade

O Levante

2012-2014



veis pelas malas diretas da região (as pizzarias), ofereciam presentinhos (propinas na versão pizza) para os porteiros entregassem suas propagandas aos moradores e, sempre que surgiam panfletos de qualquer possível concorrente, estes eram jogados fora. Para resolver isso foi necessário contratar um estranho serviço que te permite ter acesso aos dados dos moradores-leitores que eles queriam: nome completo, CPF e telefone. Com esses dados em mãos, cada capítulo história tinha em si a identificação do nome do morador-leitor a receber a mala direta.

Durante o envio das malas diretas, foram realizadas algumas intervenções pela cidade que tinham relação com atos feitos pelos personagens, como cartazes lambe-lambe colados e a contratação de pessoas para o serviço de homem-placa, serviço que surge devido à proibição da instalação de certos tipos de publicidade pelas ruas (a pessoa se veste de alguma placa, como se fosse um tipo de Parangolé), anunciando algum novo produto ou serviço que fica parado entre os passantes das ruas da cidade.

Figs. 91, 92, 93
Gustavo Piqueira
Valfrido?
2015-2016



Com o passar dos dias, o autor e seu grupo que o acompanhava, começaram a conhecer algumas das reações de alguns vizinhos que estavam recebendo as histórias (alguns pelo boca a boca, outros por um grupo de Facebook feito por pessoas da vizinhança):

Será que Valfrido realmente é real e mandaram para a pessoa errada? Como proceder? E essa gravura? O que está acontecendo?

(...)

Marketing confuso.

(...)

Deve ser arte.

(...)

A moradora quer saber quem está xingando quem.

(...)

Eita.

(...)

Arte é uma merda (ibidem, p. 55-60).

4ª PARCELA

**QUER PAGAR
QUANTO?**

**INTERVENÇÕES
EM LUGARES
COMERCIAIS**

A série *Quer pagar quanto?* é um conjunto de trabalhos artísticos que pretende explorar mais precisamente diversas imagens e lugares de comércio, que vão desde supermercados, shoppings, feiras, propagandas em muros, banners, na televisão, na internet, na grama, etc. Imagens e lugares em que se compram, vendem e consomem vidas, pessoas, modos de vida, identidades.

Essas imagens e lugares carregam em si mecanismos violentos e estruturas de poder que tem como uma das peças-chave a relação entre locais centrais e locais periféricos, ou “um sistema baseado em relações entre dominantes e dominados” (Le Parc, 2006, p.199). Em uns locais, há vastos espaços, imagens massivas e imediatas, produtos em excesso, altos valores, equilíbrio, sistemas de vigilância a fim de manter a ordem. Em outros, há caminhos apertados e tortuosos, escassez, precariedade, desequilíbrio, esquemas de gambiarra a fim de se chegar a uma ordem. Uns estão consumindo, outros são consumidos.

Quer pagar quanto? É um slogan utilizado pela rede de móveis e eletrodomésticos Casas Bahia em uma famosa campanha em meados dos anos 2000. Nos comerciais de TV, o garoto-propaganda dizia a frase repetidamente, com euforia e persuasão, olhando e apontando para todos os objetos ao seu redor, sempre evocando e contestando o valor de troca embutido nas mercadorias da loja-cenário em que ele se encontrava, como se cada um que passasse lá, pudesse decidir o valor do produto à revelia, comprar e levar pra casa. A cada comercial, surgiam novos clientes que eram interpelados pelo protagonista do comercial e saíam satisfeitos do estabelecimento. Na vida real, a história era outra: a campanha chegou a causar constrangimento às vendedoras das lojas na época, que deviam usar um broche com a frase pregado na roupa e sofriam assédio moral com piadinhas abusivas envolvendo o slogan da marca, como foi o caso de Elisabete dos Santos Ribeiro:

“Havia clientes que faziam insinuações e chegaram a perguntar ‘quanto você quer que eu pague por você?’ ou ‘quanto você quer que eu pague para ter você?’”, relatou a ex-funcionária.¹⁸

Já os clientes, mesmo sabendo que não se devia seguir ao pé da letra o slogan, instigavam os funcionários a reduzir o preço de tudo da loja de acordo com o que queria pagar. Obviamente, os acordos não eram fechados, mas essa situação fica mais curiosa se pensarmos que a Casas Bahia é uma das empresas que mais vende produtos a crédito e não recebe o valor completo de suas vendas, formando

multidões de consumidores inadimplentes que, por causa de um sonho de ter novos produtos - um celular, uma televisão, um sofá, um fogão, uma geladeira, uma escova *Rotating Air Brush*, uma *Vegan Milk Machine VIVA Smart Nutrition*, uma panela *Day By Day Flavorstone Smart Square*, um *Grill Multi Flavor 360*, um aspirador de pó ergorápido *White Electrolux + Instamop*, um *Foot Massager Shiatsu Elite Pro Homedics* - e ficam completamente endividados. Endividamento no Brasil tem se tornado cada vez mais comum, abrir crédito e comprar a prestação está cada vez mais fácil, os bancos estão lucrando cada vez mais, frequentemente vê-se matérias jornalísticas dizendo que o Brasil é um dos países mais ricos do mundo, mas a desigualdade e a pobreza continuam reinando nessas terras tupiniquins.

Não é só o valor das mercadorias que são recorrentemente contestados. As pessoas, suas culturas, suas vivências, seus estilos de vida, seus sonhos, agora não possuem valor, e também são contestados. Tudo está à venda e ninguém tem valor. Quer pagar quanto?

¹⁸ <http://politica.estadao.com.br/blogs/advogado-de-defesa/quer-pagar-quanto-rende-indenizacao/>, Acessado em: 26 de fevereiro de 2018.

4.1 – O gerente ficou maluco, 2016 – 2018,
dimensões variáveis, Distrito Federal.

Impressora

Scanner

Papel

Tesoura ou Refiladora

Adobe Photoshop

Placa de oferta Splash (100 unidades)

Pincel atômico (vermelho e preto)

Câmera (de celular facilita o processo)

O gerente ficou maluco é um projeto de intervenções realizadas dentro de supermercados, onde eu modifico placas de oferta e etiquetas de preço dos produtos, trocando informações comuns por valores absurdos e produtos incoerentes. Assim, as etiquetas e placas tornam-se, para mim, pequenos espaços midiáticos, onde eu tenho autonomia para discorrer sobre assuntos que acho pertinente. Então, da mesma forma que informações comunicativas de mídias de massa chegam ao espectador sem necessariamente ele ter pedido por isso, minhas intervenções repetem esta prática. Com essas ações pretendo provocar pequenos e sutis curtos-circuitos nesses ambientes a fim de atingir sorrateiramente a percepção do espectador-consumidor, causando-lhes ligeiro estranhamento em um momento banal da vida cotidiana: a hora de fazer compras.

O projeto foi iniciado em 2016, utilizando apenas as placas de ofertas nas intervenções. No lugar de textos como QUEIMA DE ESTOQUE, OFERTA e PROMOÇÃO, eu coloco placas com dizeres como

LIQUIDAÇÃO DOS DIREITOS HUMANOS

LIQUIDAÇÃO MORADORES DE RUA

LIQUIDAÇÃO DETENTOS PRESOS SEM JULGAMENTO

PROMOÇÃO DE CARGOS FANTASMAS

QUEIMA TOTAL: ARQUIVOS DA DITADURA MILITAR

MINISTÉRIO LEVE 2 PAGUE 3

DESCONTO DOS SEUS BENEFÍCIOS

DESCONTO NO SEU SALÁRIO

OFERTA CARGOS FANTASMAS (PACOTE COM 5)

RACISMO SEM TAXA DE ADESÃO!

BOTA FORA POPULAÇÃO INDÍGENA

BOTA FORA DIREITOS TRABALHISTAS

MICHEL TEMER PRESIDENTE GOLPISTA 80KG, R\$ 0,00

RACISMO A GRANEL -R\$9,99 O KILO

MISOGINIA A GRANEL -R\$9,99 O KILO

TRANSFOBIA A GRANEL -R\$9,99 O KILO

BRASIL REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL, R\$1,00

REPÚBLICA DAS BANANAS R\$99,99

XENOFOBIA R\$88,88

ESTADO LAICO R\$666,66

LIBERDADE NÃO PERCA!

VIOLÊNCIA DOMÉSTICA 100G R\$8,88, VALOR DOS

TRIBUTOS: R\$8,88 (100%)

SONEGAÇÃO DE IMPOSTO 300G R\$0,00, VALOR DOS

TRIBUTOS: R\$0,00 (0%)

BRASIL 10KG R\$1000,00, VALOR DOS

TRIBUTOS: R\$334,00 (33,4%)

BANANA DIRETO DA REPÚBLICA DAS BANANAS

R\$99,99 O KILO

OFERTA
BRASIL
R\$ 1,99 O KILO

Seu caráter gritante e chamativo, com seu fortíssimo e brilhoso tom de amarelo, preto e vermelho, tornava o tempo de duração da obra reduzido, apesar dela se camuflar muito bem no ambiente.

Em um segundo momento, em 2017, comecei a modificar as pequenas etiquetas que mostram o preço de cada produto. A quantidade exorbitante de imagens e textos que se absorve em supermercados acaba se tornando uma via de mão dupla para o trabalho, pois, ao mesmo tempo em que uma pequena etiqueta em um grande mercado lotado de produtos e informações dificilmente será percebida, ela também terá maior tempo de duração, dado que só será reparada pelo consumidor, interessado em comprar especificamente o produto próximo a etiqueta. Portanto, espera-se que, no momento de encontro do espectador-consumidor com a etiqueta, ele não retire a etiqueta do lugar, permitindo que futuros espectadores-consumidores se encontrem com a etiqueta. Provavelmente, quem vai jogar a etiqueta fora vai ser o espectador-funcionário ou o espectador-gerente.

Assim, o tempo de duração do trabalho está diretamente relacionado com o ato de percepção de sua existência e, respectivamente, de sua eficácia em atingir alguém. Sua efemeridade e sua força de comunicação estão do mesmo lado da balança.

A primeira etapa para realizar as intervenções é estudar o ambiente que sofrerá a interferência e o material que será modificado. Em pesquisas de campo, faço caminhadas, observo as sempre impositivas prateleiras, as gritantes ofertas, os funcionários cansados, os clientes focados em

000000
00000000000000
00000000000000
-R\$9,99
ANSFOBIA
NEL
000000
00000000000000
00000000000000
-R\$9,99
ASIL
CA FEDERATIVA DO BRASIL
000000
00000000000000
00000000000000
R\$1,00
ASIL
CA FEDERATIVA DO BRASIL
0000
00000000000000
00000000000000
R\$1,00

MISOGINIA
A GRANEL
PLU: 0000000
010117 000000000000
08888888888888
-R\$9,99
TRANSFOBIA
A GRANEL
PLU: 0000000
010117 000000000000
08888888888888
-R\$9,99
BRASIL
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
PLU: 0000000
010117 000000000000
08888888888888
R\$1,00
BRASIL
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
PLU: 0000000
010117 000000000000
08888888888888
R\$1,00

MELAO ORANGE K
MELAO ORANGE K
PLU: 0000692
081117 08141514000143
0000000892
R\$7,99

MELAO ORANGE K
MELAO ORANGE K
PLU: 0000692
081117 08141514000143
0000000892
R\$7,99

BRAHMA MALZEBIER
CERVEJA 355ml LN BRAHMA MALZEBIER
PLU: 0173991
021117 08141514000143
789114904306
R\$3,99

CERVA STELLA ARTOIS
CERVEJA 275ml LN STELLA ARTOIS
PLU: 01740172
181117 08141514000143
7891149101900
R\$3,99

FUSILLI BARILLA 500g
MASSA 500g BARILLA FUSILLI
PLU: 0133299
181117 08141514000143
8075802085991
R\$11,99

RUCULA MERC 1KG MÇ
RUCULA MERCADO ORGANICO MÇ
PLU: 0483701
021117 11832478900140
0000010015436
R\$5,69

99999999999999 FOME R\$999,99
99999999999999 POBREZA R\$999,99
99999999999999 ESTADO LAICO R\$666,66
1111111111111111 VIOLÊNCIA R\$111,11

99648090188
MOCHILA DE PRAIA LADYBUG
R\$ 79,99

78933337333655
BISC BON GOUTER PARMESAO 100G MABISCO
R\$ 6,49

Figs. 94 - 99
Etiquetas de supermercado e etiquetas O Gerente ficou maluco

SEQUESTRO RELÂMPAGO 700G
R\$ Valor dos tributos: R\$ 98,18 (10%)
-981,89 /un
Nesta Embalagem Preço de Tag: R\$ 1402,70

SEQUESTRO RELÂMPAGO 700G
R\$ Valor dos tributos: R\$ 98,18 (10%)
-981,89 /un
Nesta Embalagem Preço de Tag: R\$ 1402,70

HELICÓPTERO DE COCAÍNA 450KG
R\$ Valor dos tributos: R\$ 0,00 (0%)
2045,25 /un
Nesta Embalagem Preço de Tag: R\$ 43,45

HELICÓPTERO DE COCAÍNA 450KG
R\$ Valor dos tributos: R\$ 0,00 (0%)
2045,25 /un
Nesta Embalagem Preço de Tag: R\$ 43,45

LATROCÍNIO 2,5KG
R\$ Valor dos tributos: R\$ 400,00 (80%)
500,00 /un
Nesta Embalagem Preço de Tag: R\$ 200,00

LATROCÍNIO 2,5KG
R\$ Valor dos tributos: R\$ 400,00 (80%)
500,00 /un
Nesta Embalagem Preço de Tag: R\$ 200,00

RAÇA0 PEDIGREE BQ
NAT P0 3kg
De R\$ 59,99
Por R\$ 44,90
Economize R\$ 15,09
De: 02/2017 Até: 29/2017

BISC AMANT MARILAN
CHOC 330g
De R\$ 4,99
Por R\$ 3,99
Economize R\$ 1,00
De: 02/2017 Até: 29/2017
Nesta Embalagem Preço de 1 kg: R\$ 12,10

PASTA ABA ELASTICA OFICIO
R\$ 2,19
Nesta Embalagem Preço de Tag: R\$ 6,79 (21,31%)

RAÇA0 ULTIMA SCH CAES ADULTO CARNE
R\$ 2,29
Valor dos Tributos: R\$ 0,68 (29,71%)
Nesta Embalagem Preço de Tag: R\$ 6,79 (21,31%)

BISC AMANT AYMORE CHOC 330G
R\$ 3,89
Valor dos Tributos: R\$ 1,04 (26,74%)
Nesta Embalagem Preço de 1 kg: R\$ 11,79

suas compras, as vigilantes câmeras, os repetitivos produtos carentes por atenção, as vozes que saem dos auto-falantes gritando promoções, as discretas etiquetas, etc. Estas últimas eu coleteo para analisar melhor seus detalhes em casa. Vou a vários mercados de empresas diferentes, observo suas diferenças e agrupo as etiquetas coletadas de acordo com cada mercado. No caso das placas, eu apenas registro alguns exemplos, pela dificuldade de pegar e sair com uma delas do estabelecimento e porque todas elas seguem o mesmo formato na maioria dos supermercados.

Num segundo momento, reproduzo minhas próprias etiquetas e placas. Para produzir as etiquetas, eu utilizo fontes tipográficas parecidas e imito todos os elementos gráficos das etiquetas originais. Depois imprimo no mesmo tamanho, cor e tipo de papel, de acordo com a especificidade de cada etiqueta de cada supermercado diferente. Para produzir as placas, escrevo manualmente sobre placas de ofertas vazias utilizando pincel atômico vermelho e preto, imitando o estilo tipográfico das letras originais.

As informações das etiquetas de cada mercado variam de um para o outro. No Carrefour, por exemplo, é explicitada a porcentagem de tributo que o cliente paga; no Extra, há várias informações indecifráveis para o cliente comum; no Big Box, os produtos têm título e subtítulo; no Pão de Açúcar, as etiquetas têm um design bem ruim e o nome dos produtos tem leitura difícil.

Depois de produzir as etiquetas e placas, é só intervir! Nesta etapa é muito importante contar com a ajuda de amigos e coletivizar o trabalho, assim, caso dê algo errado, um dá

o apoio ao outro. Além disso, seu amigo pode contribuir intervindo junto ou registrando as intervenções e as ações. No caso do registro, é importante pensar no equipamento: a câmera tira fotos com melhor qualidade, mas não é tão discreta quanto um celular. Outra tática já utilizada para não ser percebido é carregar um carrinho ou cesto de compras, fingindo ser um consumidor comum.

Também é muito importante ser breve durante as intervenções, ou seja, colocar algumas etiquetas e placas, rapidamente registrá-las e se retirar do local. Desta forma, evita-se ser surpreendido por algum funcionário do estabelecimento. Também é muito importante prestar a atenção nas câmeras, para evitá-las e não correr o risco de ter alguém observando as imagens por elas produzidas no ato das intervenções. Esta tática tem apenas uma desvantagem: não há tempo de esperar a intervenção ser encontrada por um espectador-consumidor para observar sua reação.

Relatos de ação:

dia 27 de novembro de 2017

Supermercados: Pão de Açúcar 405/6 Norte, Big Box 402/3 Norte e Pão de Açúcar 508/9

Ajudante: Vinícius Fernandes (registro)

No dia 27 de novembro, pela tarde, eu e Vinícius fomos ao Pão de Açúcar das quadras 405/6 da Asa Norte. Eu, com as





Figs. 100 - 115
José de Deus
O gerente ficou maluco
2016 - 2018

etiquetas no bolso; ele, com uma câmera semiprofissional. Entramos no estabelecimento, pegamos um cesto e começamos: eu à na frente com as etiquetas, e ele em seguida fotografava, depois de fingir que ia comprar alguma coisa. Depois de duas etiquetadas e algumas fotos, percebemos que um segurança suspeitava de algo estranho. Em seguida, ele chega e começa a conversar com a gente. Para a minha surpresa, a vistoria era por causa da câmera e não por causa das etiquetas. Conversamos cerca de 15 minutos sobre vigilância, segurança, preocupação com empresas concorrentes tirando fotos de produtos para comparar preços, preocupação com imprensa investigando algum tipo de irregularidade no mercado, violência e valores (humanos, materiais e capitais). O ápice da conversa foi quando o segurança disse que ele só havia nos interpelado por que ele tinha o dever de proteger os produtos do mercado, e que um pacote de Miojo, naquele lugar, tinha mais valor que ele.

Depois dessa conversa, resolvemos sair do Pão de Açúcar e ir para o Big Box. Lá, deixamos a câmera semiprofissional de lado e tiramos foto com o celular. Pegamos um cesto e fingimos fazer compras normalmente. Apesar da enorme quantidade de câmeras lá (ao menos duas por corredor), conseguimos intervir e registrar sem nenhum problema. Em seguida, fomos a outro Pão de Açúcar. Lá, a quantidade de câmeras era menor e o mapa dos corredores alternava entre diagonal e horizontal, o que dava um aspecto labiríntico no local, facilitando o processo. Desta forma, conseguimos realizar as intervenções e registros tranquilamente.

dia 15 de maio de 2018

Supermercados: Carrefour QS3, Extra QS3, Lojas Americanas QS1

Sem ajudante

Depois de já ter feito diversas intervenções no Carrefour de Taguatinga Sul, quando eu estava registrando uma delas, cometi o erro de tirar muitas fotos de um mesmo trabalho, nesse ínterim, uma funcionária aparece atrás de mim para saber o que eu estava fotografando. Ela olhou um pouco de longe e viu o valor: R\$ 1000,00 (e o produto, em letras menores: Brasil) e com feição desconfiada, ela sussurrou “é isso mesmo, produção?” e saiu sem falar comigo. Eu fiquei muito assustado, meu coração acelerou, eu retirei a minha intervenção e saí rapidamente do mercado, deixando as outras diversas intervenções para trás. Fiquei refletindo se havia pensado que o preço realmente estava errado e eu estava registrando por estar assustado com o valor. Passei a noite inteira pensando nos funcionários do mercado encontrando as outras intervenções, procurando minha imagem nas câmeras e a funcionária reconhecendo meu rosto. Em um momento mais intenso de paranoia, comecei a pensar se é possível criminalizar O gerente ficou maluco e dormi bem mal naquela noite. Bom, até agora a polícia não veio atrás de mim.

Entre agosto e outubro de 2018, tive a oportunidade de participar do prêmio de arte contemporânea *Transborda Brasília*, que ocorreu na Caixa Cultural Brasília. Lá expus 20 registros do projeto O gerente ficou maluco. As

fotografias foram impressas em fine art sobre um papel brilhoso, fino e de baixo custo, a fim de se assemelhar ao papel couché, que é bastante utilizado em panfletos e materiais gráficos gerais que são usualmente usados em supermercados. O papel foi fixado em folhas de papelão de caixas que peguei no mesmo ambiente que intervi: o mercado. O papelão surge como substituto do foam, material comumente utilizado como suporte de fotografias em espaços expositivos. A efemeridade (devido sua acidez) e o baixo custo (na verdade, gratuidade) do papelão dialogam com o ambiente cotidiano, fugaz e massivo onde foram realizadas as intervenções e com a própria ação de intervir, que é feita em pouco tempo e com pouco recurso.

4.2 – Sorria!, 2017, 4', Distrito Federal.

Câmera

Câmera

Adobe Premiere

Televisão

Link: vimeo.com/270956386

Sorria! é um vídeo com as filmagens das diversas câmeras de supermercados que filmei, em uma composição que transmite quatro imagens simultaneamente, de maneira similar às TVs que transmitem a imagem produzida por câmeras de vigilância. Essas imagens, no decorrer do vídeo, formam diversas combinações de cores que, ora são mais pálidas (marrom, cinza, preto), ora são mais vívidas (amarelo, vermelho, verde). Além das quatro imagens si-

multâneas, há também quatro camadas de áudio diferentes, captadas também em supermercados. O coro polifônico que resulta com as vozes sobrepostas se torna cada vez mais confuso no decorrer do vídeo, quando essas vozes se misturam com outros diversos ruídos que permeiam o ambiente, causando um efeito cacofônico¹⁹.

O vídeo, em espaço expositivo, é instalado a aproximadamente dois metros de altura e na quina entre paredes, para se assemelhar à posição mais usual das TVs de vigilância.

Este trabalho é o resultado de algo que observei no decorrer da prática das ações do *Gerente ficou maluco*. Durante as intervenções, observar, localizar e fugir das câmeras se tornou uma dificuldade a se enfrentar. A sensação de estar sendo vigiado e perseguido é frequente, vigia-se não só os consumidores, mas até os próprios funcionários, pois todos são menos importantes que os produtos a serem consumidos, como bem disse o segurança. A sensação de estar sendo observado é mais forte quando se está praticando atos subversivos dentro desse espaço que consegue ser claustrofóbico, apesar de vasto, como é um supermercado.

Durante as intervenções, notei que é cada vez mais difícil encontrar algum espaço que esteja fora do campo de visão das câmeras, pois sua onipresença é cada vez maior. Como resposta a esse aspecto opressor e implacável das câmeras de vigilância, eu também as vigio e,

19 Utilizo o termo a partir do significado do dicionário: 1 Efeito sonoro desagradável. michaelis.uol.com.br, Acessado em 20 de novembro de 2018.

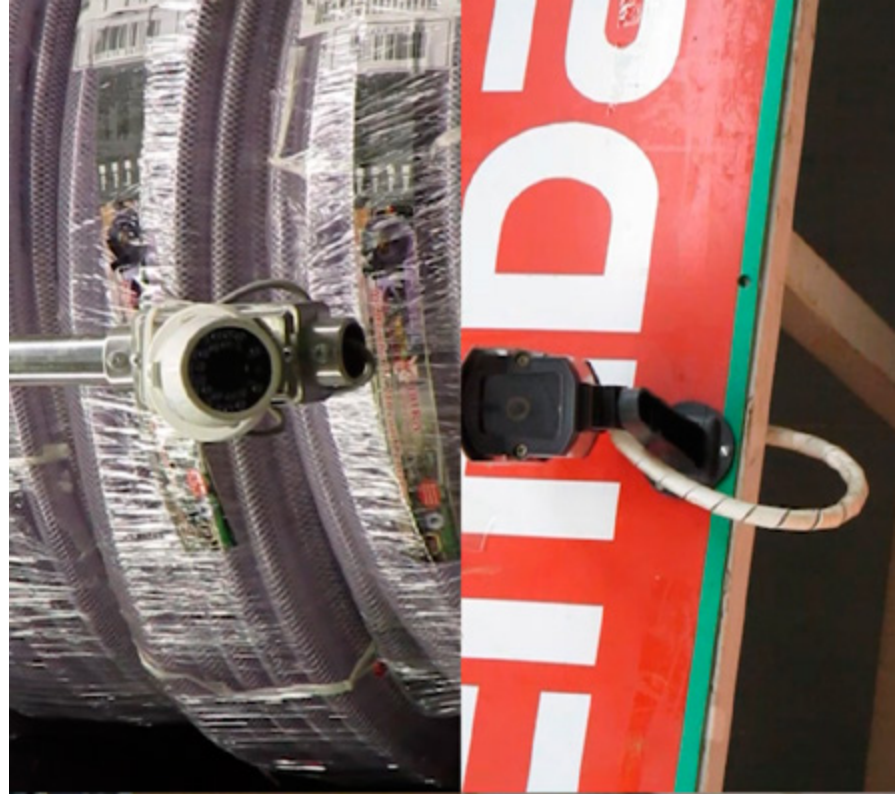
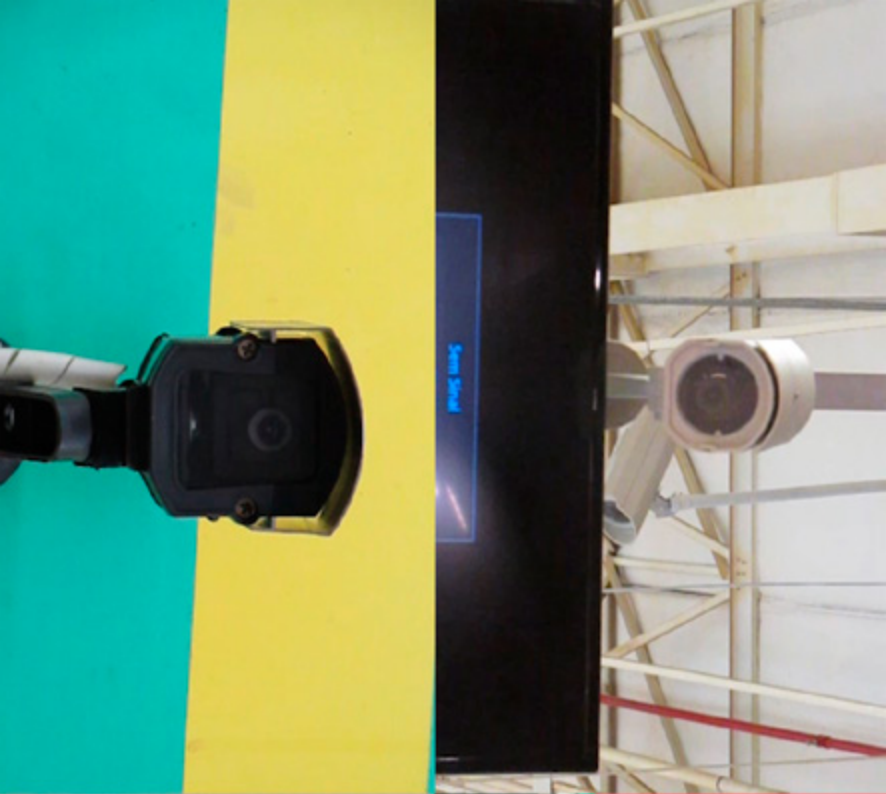
olhando dentro dos olhos delas, registro seus atos com minha própria câmera. Câmera versus câmera.

Aos observá-las, meus ouvidos continuam atentos aos anúncios repetitivos do estabelecimento, divulgando ofertas e queimas de estoque, empurrando seus produtos exaustivamente, além dos sons dos passos e das vozes dos consumidores (acompanhado de alguns choros de criança).

Em *Face Recognition*, de 2018, o artista Gu da Cei, questiona até onde devemos ser vigiados em nome da segurança. O trabalho surgiu quando foram instaladas, nas catracas dos ônibus do Distrito Federal, câmeras de biometria facial, a fim de evitar fraudes no uso no sistema de transporte público na cidade. Incomodado pela invasão de mais uma câmera entre tantas outras que nos observam em diversos lugares da cidade, o artista utilizou a Lei de Acesso à Informação do Distrito Federal (Lei 4.990/2012²⁰) para solicitar a todas as empresas de transporte público o acesso às fotos de seu rosto. Utilizando as fotografias para produzir performances e intervenções urbanas, o artista pretende questionar os limites da privacidade, o direito à cidade e busca uma contra vigilância:

A rejeição da vigilância tal como ela está imposta provoca processos de “vigilância inversa”, que seria uma estratégia de apropriação das ferramentas de controle social para fins de observação daqueles que observam (Santos, 2018, p.13).

20 <http://www.fazenda.df.gov.br/aplicacoes/legislacao/legislacao/TelaSaidaDocumento.cfm?txtNumero=4990&txtAno=2012&txtTipo=5&txtParte=>., Acessado em 24 de outubro de 2018.



Figs. 116, 117
Frames de Sorria!

4.3 – Imperdível 1, 2018, 17'30", Distrito Federal.

Imagens

Adobe Premiere CC

Televisão

Link: vimeo.com/270975075

Buscando pesquisar mais as imagens que os supermercados transmitem de si mesmos, comecei a observar as propagandas na televisão, que informam diariamente as recentes promoções e ofertas de produtos de consumo no dia a dia. Nesta pesquisa, acabei incluindo comerciais de lojas de varejo de móveis e eletrodomésticos, que utilizam linguagem similar à dos mercados para promover seus produtos.

Porém, há algumas diferenças nos aspectos visuais entre cada tipo de empresa. Supermercados preferem utilizar vozes tranquilas em seus comerciais, em conjunto de cenas de famílias brancas e heterossexuais tomando café da manhã ou fazendo compras, sempre sorrindo. Essas imagens e sons acabam evocando atmosfera de tranquilidade, de quem pode consumir tais produtos promovidos e ter vida confortável. Nestes comerciais, há jargões como:

O QUE VOCÊ FAZ PRA SER FELIZ, VOCÊ MERECE, VOCÊ FAZ MELHOR QUANDO FAZ CARREFOUR, etc.

Já as lojas de móveis e eletrodomésticos geralmente são adeptas a utilizar vozes frenéticas, com interlocutores com

olhos arregalados e gestos abertos, além da trilha sonora em ritmo acelerado, similar à de filmes de ação hollywoodianos. Visualmente há o uso de letras gigantes passando por detrás do garoto-propaganda ou em algum cenário caótico, seja um prédio explodindo, um galpão pegando fogo, ou simplesmente, as letras caindo no chão, formando um grande impacto sonoro e visual. São usadas frases como:

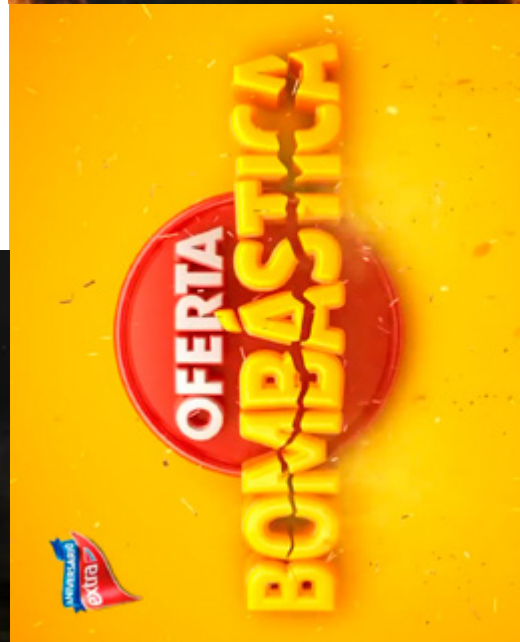
É A MAIOR LIQUIDAÇÃO DA HISTÓRIA, GRANDE QUEIMA DE ESTOQUE, VAI PARAR O BRASIL E VOCÊ NUNCA PRESENCIOU NADA IGUAL

neste tipo de comercial.

Após pesquisar e coletar esses tipos de comercial pela internet, eu os coloco um atrás do outro, reparando algumas diferenças de áudio e vídeo, em um programa de edição. O resultado é *Imperdível 1*.

Imperdível 1, ao ser transmitido em uma televisão comum, pode ser facilmente confundido com a transmissão de um canal de tevê aberta brasileira comum. Porém, nele, não há programação comum, preenchida por programas, novelas e filmes, há apenas propaganda, repetidamente, estridente, *ad infinitum*. O intervalo comercial não é mais intervalo, é o todo. Esse todo transmite, sem parar, diversas ofertas, preços, descontos, queimas de estoque, comodidades e estilos de vida.

No vídeo há pouquíssimas edições, apenas aquelas que fazem parecer, a priori, que não houve edição nenhuma. Eu baixo os vídeos do YouTube, seleciono apenas os que estão com a qualidade de no mínimo 1280 pixels X 720 pixels, que é a menor qualidade em HD e, em seguida, apenas edito algumas diferenças de tamanho de imagem e volume de som, a fim de deixar todas propagandas o mais homogêneas possível. Desta maneira, percebo que converso com os *ready-mades* de Duchamp, pois os elementos presentes no vídeo também foram encontrados prontos. No entanto, o papel da imagem no mundo industrial de hoje é muito mais impactante que no momento em que o dadaísta propõe se apropriar artisticamente de objetos industriais. Logo, a meu ver, faz mais sentido hoje, propor *ready-mades* imagéticos, onde o artista se apropria de uma das coisas mais abundantes do capitalismo recente: a imagem. Confiscar uma imagem pronta, evocar autoria sobre ela e pronto. Talvez, devido às pequenas edições que fiz em *Imperdível 1*, eu ainda não tenha alcançado um *ready-made* imagético perfeito, mas a meta está dada. Quem sabe num futuro próximo, depois de alcançar e dobrar a meta, poderemos propor *ready-mades* de informações, de notícias, ou até de *Fake News*.



Figs. 118 - 127
Frames de Imperdível 1



4.4- ME AJUDE, 2019, dimensões variáveis, Distrito Federal.

Impressora

Scanner

Papel adesivo

Tesoura ou Refiladora

Adobe Photoshop

Câmera de celular

Corpo

Me ajude é uma série de pequenas intervenções e selfies feitas em lojas de roupas e acessórios. Quando, nessas lojas, alguma peça entra em promoção, os funcionários colocam um pequeno adesivo com o preço menor sobre a etiqueta das roupas com o preço original. No lugar desses adesivos com preço, eu instalo minha pequena intervenção de pouco mais de três centímetros: um adesivo com a inscrição ME AJUDE.

Antes de intervir, é necessário fazer uma pesquisa de campo anterior e coletar algumas etiquetas e adesivos que serão usados de base para a produção das ME AJUDE e perceber a diferença do design de cada loja, processo similar ao que ocorre em *O Gerente ficou maluco*. (Tanto nesta, como na próxima etapa, é muito importante saber desviar de um dos maiores perigos desses lugares: pessoas oferecendo CARTÃO DE CRÉDITO!)

A forma de intervir que mais evita eventuais problemas com as lojas é fazendo o trabalho dentro do provador de roupas, afinal, lá é um dos últimos lugares de privacidade

que nos resta. (Mais ou menos). A câmera mais presente neste tipo de local é a dos queridos telefones celulares, que são essenciais para feitura completa deste trabalho.

Após entrar na loja e escolher algumas peças para se tornarem obras de arte instantaneamente, deve-se entrar no provador, colar os adesivos nas roupas, tirar foto da etiqueta modificada e, por fim, antes de devolver tudo para seus devidos lugares, provar cada roupa-arte e tirar uma bela *selfie*²¹ no espelho do provador, a fim de registrar a obra e o artista de uma vez só. Afinal, como bem diz o filósofo Byung-Chul Han, ser visto é mais importante que existir: “tudo o que repousa em si mesmo, que se demora em si mesmo passou a não ter mais valor, só adquirindo algum valor se for visto” (2012, p.28). E, se vamos ser vistos, que pelo menos estejamos bonitos e bem vestidos.

Já que o trabalho é feito também por outras pessoas que eu convido, após o fim da intervenção eu solicito que os registros sejam enviados para mim por meio do aplicativo de conversas *Whatsapp*. Com as *selfies* de pessoas vestidas de obras de arte reunidas em alguma pasta do meu computador e do meu celular, as peças tornam-se, para mim, algo como *Parangolés* de Oiticica. Mas diferente dos feitos por Hélio, assim como os *Parangolés* dos homens-placa citados no capítulo anterior, aqui as peças são caras, expressam elevação social, agregam status a quem as veste. A dança entre os participantes serve para que cada um

21 *Selfie* é um retrato que a pessoa faz de si mesma, geralmente utilizado a câmera do telefone celular. O termo vem da palavra em inglês *self* que, segundo o *Google Tradutor*, significa (além de outros significados): eu, próprio, ego, etc.

Fig. 128
Mensagem encontrada em
etiqueta de roupa
da loja Primark



usufrua a beleza do outro, mas que também disputem o lugar de participante mais bem vestido. Sugiro então, chamar essas peças de roupa com intervenções de *Parangolés gourmet*.

A frase **ME AJUDE** foi escolhida por causa de mensagens com pedidos de socorro que já foram encontradas em peças de roupa. Em 2014, foram encontradas, por clientes, duas mensagens em roupas da loja irlandesa Primark, que diziam “Forçados a trabalhar exaustivamente por horas” e “fábrica com condições degradantes”. A polêmica foi noticiada pelo mundo todo e jogou luz sobre o assunto dos trabalhos análogos a escravidão, atividade que com frequência é denunciada no Brasil. Segundo a revista *Exame*²², em uma matéria veiculada em 2018, estima-se que há cerca de 161.100 trabalhadores em condições análogas à escravidão apenas no Brasil, sendo que a quantidade de pessoas escravizadas em todo o continente americano apresenta apenas 5% do total de pessoas nestas condições pelo mundo. Estas pessoas costumam trabalhar até 70 horas semanais em ambientes insalubres e, no caso do Brasil, recebem apenas 2 reais por peças costuradas. Para cada peça de roupa ser vista, várias existências são esquecidas.

22 <https://exame.abril.com.br/revista-exame/chega-de-risco/>, Acessado em 7 de abril de 2019.

Figs. 129 - 135
Etiquetas de roupas
e etiquetas Me ajude





Figs. 136 - 145
José de Deus
Me ajuda
2019

4.5 – Panfleto, 2014, 5’08”, Distrito Federal.

Link: <http://twixar.me/DYVn>

Ante de prosseguir com os trabalhos recentes, eu gostaria de tecer alguns comentários, a posteriori, de um curta-metragem, gravado em 2014, que foi roteirizado e dirigido por mim e pela artista Renata Malheiros. Ele se chama *Panfleto* e conta a história de uma pessoa que é perseguida por panfletos. Durante a trama, ele passa por ruas sujas de panfleto, leva panfletadas na cara, é interpellado por panfleteiros que se tele transportam, encontra panfletos em sua mochila e caixa de cigarros, acorda com panfletos em sua cama, e, por fim, é assassinado de tanto levar panfletada.

Misturando elementos sonoros e visuais de filmes de terror com a ideia absurda de ser atacado por panfletos, o filme proporciona cenas cômicas e surrealistas ao mesmo tempo. Mas a ideia surgiu de um sentimento engraçado, porém real: durante as eleições políticas de 2014, a apelação publicitária nos lugares em que eu transitava era extremamente forte e receber uma infinidade de panfletos em curtos trajetos era bem comum. Além das pessoas que entregavam panfletos e puxavam longos assuntos sobre candidatos. Esse exagero na produção de panfleto me trazia certa paranoia e me obrigava a desviar caminhos a fim de evitar me esbarrar com um grupo de panfleteiros e desconfiar de qualquer pessoa que estivesse parada sozinha no meio da rua.

O exagero de um detalhe cômico da realidade foi aumentado na ficção como forma de questionar esse tipo de propaganda e criar situações ainda mais cômicas. Apesar do humor, temas como a invasão da propaganda em nossas vidas e a poluição que esse tipo de material gera são tocados no filme.



Figs. 146 - 151
Frames de Panfleto



4.6 – Venha morar, 2018-2019, dimensões variáveis, Distrito Federal.

Impressora

Papel couché

Tesoura ou Refladora

Adobe Photoshop

Envelope de papel pardo

Caneta

Google Maps

Google Street View

Uma intervenção a distância, ou arte postal, *Venha morar* é um trabalho feito pelos correios, pelo remetente-artista, pelos carteiros-artistas e que atinge o destinatário-espectador que mora em alguma cidade interiorana. Quando o carteiro-artista não encontra o endereço ou ocorre extravio, o trabalho não se completa, mas o remetente-artista não tem total controle desse tipo de situação, tampouco fica sabendo quando elas ocorrem.

Dentro do envelope enviado há um panfleto com a chamada imperativa que varia, dependendo da cidade-

-destino: **VENHA MORAR EM ALTO PARAÍSO!!**, **VENHA MORAR EM ABADIÂNIA!!**, **VENHA MORAR EM OLHOS D'ÁGUA!!** etc.

Nele anuncia-se uma novidade que está chegando por aí! Um condomínio de luxo, com tudo aquilo que a família tradicional brasileira necessita e almeja: sauna, quadra po-

liesportiva, piscina, playground, academia, churrasqueira, salão de festas e, por último e o mais importante, um sistema de segurança! O endereço do novo empreendimento é o mesmo do destinatário-espectador. No panfleto há o exagero do que já ocorre em diversos lugares pelo Brasil, que é o crescimento urbano desenfreado e o surgimento inesperado de grandes prédios, que atropelam qualquer tipo de moradia para se impor como espaço ideal para se viver e construir uma comunidade.

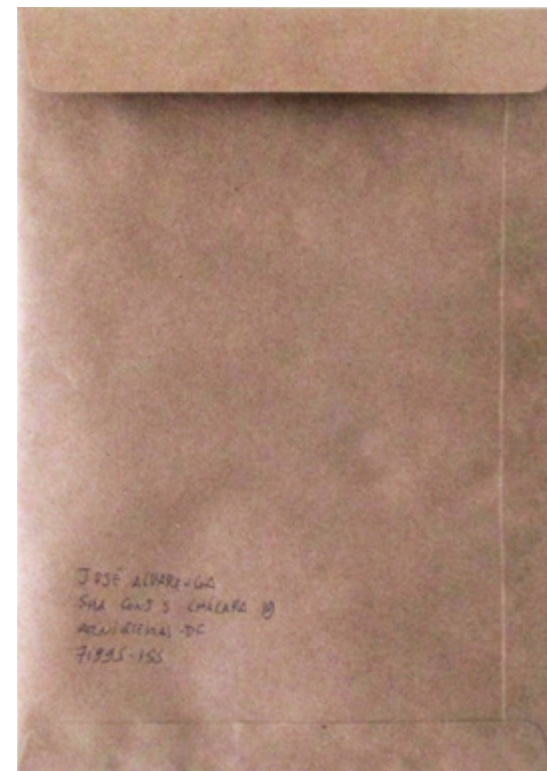
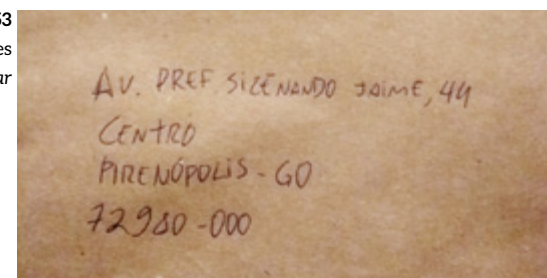
Nesta arte-panfleto mistura-se o real, o fictício e duplamente fictício. Nela há foto de uma família branca e feliz genérica, ao melhor estilo *american dream*, encontrada em qualquer propaganda de qualquer tema aleatório, imagens em 3D fotorrealista de prédios e ambientes internos luxuosos e oníricos, informações sobre um projeto de condomínio inexistente, o nome de uma cidade real, e a foto de um comércio próximo à casa que recebe a carta (que na verdade é uma imagem tirada do *Google street view*²³).

Para encontrar os endereços para enviar os panfletos é necessário, primeiramente, escolher a cidade a ser explorada. Logo em seguida, devemos passear pela cidade, andando em cada rua, cada esquina, cada beco, atrás de alguma casa para receber a carta. Nesta jornada pela cidade, fazemos o papel de *stalker*, como bem define o crítico e curador Jacopo Visconti: “*stalker* é o caçador, furtivo e silencioso, que persegue a sua caça”, que caminha sem perder tempo, que tem um objetivo específico (2012, p.38). Ao fim desta bus-

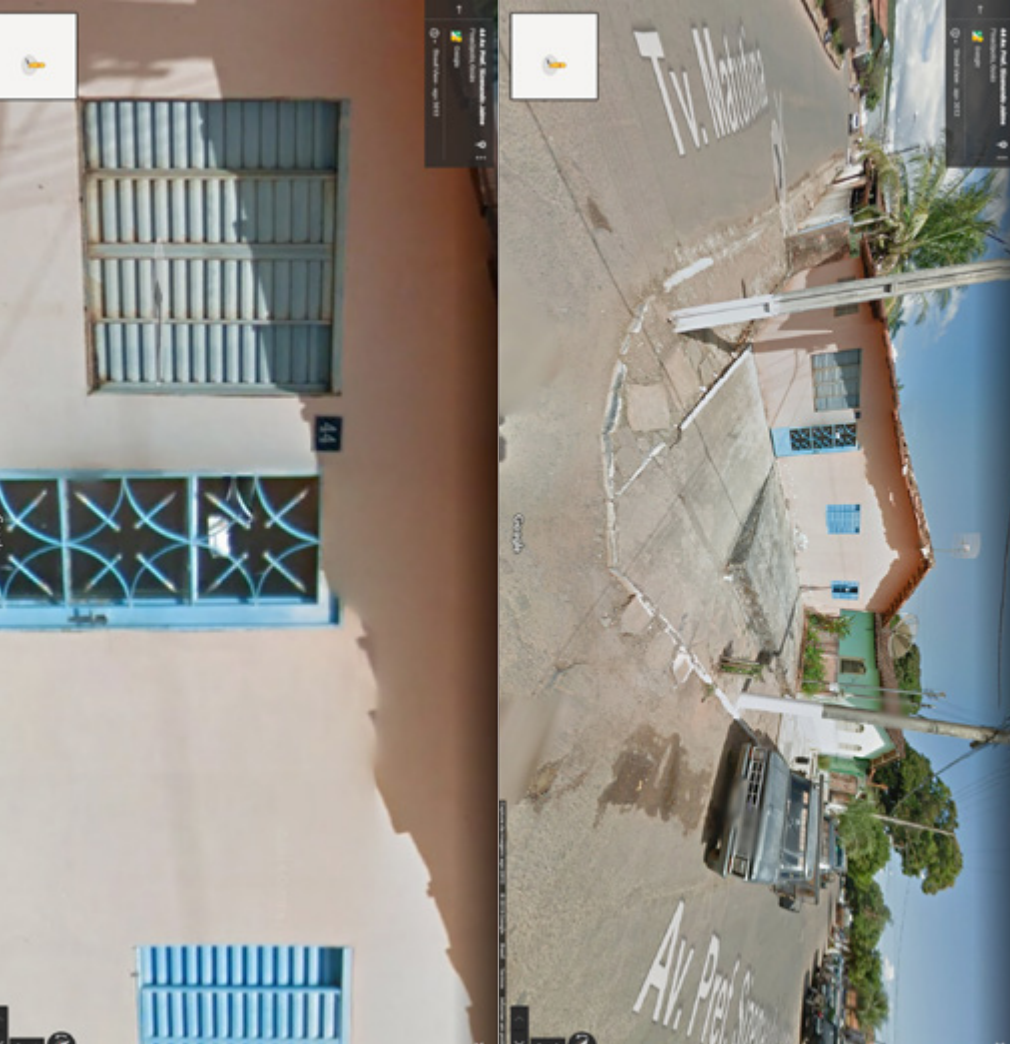
²³ Google Street View é um recurso online que nos permite ‘andar’ pelas cidades de qualquer lugar do planeta através do computador. Ele é uma expansão do aplicativo Google Maps.

ca, precisamos ter em mãos um endereço completo com CEP, e um comércio próximo como ponto de referência, além de várias fotografias. É bom lembrar que aqui, é mais cômodo caminhar pela cidade utilizando Google street view mesmo, sentado na frente do computador em uma confortável cadeira, sai mais barato e é menos cansativo.

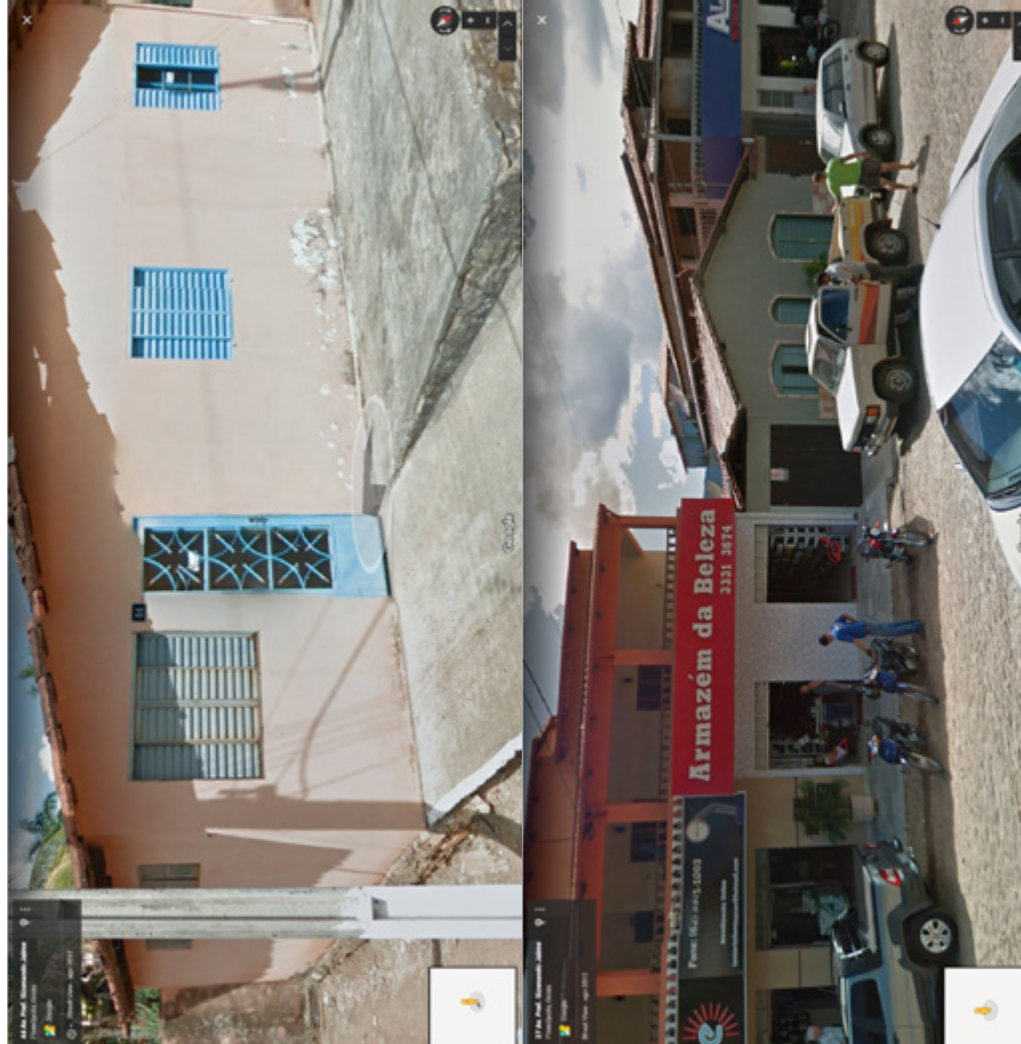
Figs. 152, 153
Envelopes
Venha Morar

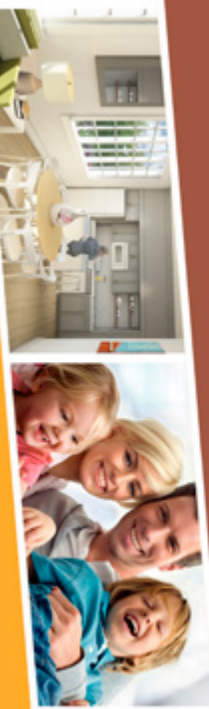


Figs. 154 - 157
Printscreens do
Google Street View



(Na página seguinte)
Figs. 158 - 161
Arte-Panfletos de
Venha Morar

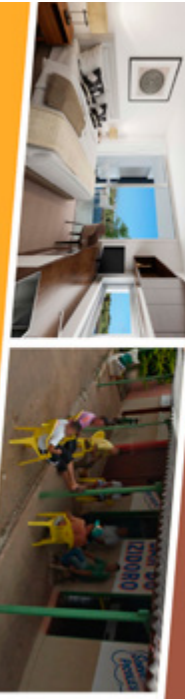




*Ótima localização em Alexânia, 60
Rua P. de Maio, 42*



VENHA MORAR EM OLHOS D'ÁGUA!!



*Área de lazer, quadra de esportes, sauna, churrasqueira
sistema de segurança, academia, playground*

Ao lado do
Bar do Litor



**TRANQUILIDADE, LUXO
E BEM ESTAR!**

**VENHA
MORAR EM
ANAPÓLIS!**

**57M²
63M²**



ÓTIMA LOCALIZAÇÃO
Avenida 28, Q.43, L.40
Parque Res. das Flores



**O SONHO DA
SUA FAMÍLIA
A UM PASSO!**

*área de lazer,
quadra de esportes,
sauna,
churrasqueira,
sistema de segurança,
academia,
playground*



**PRÓXIMO AO
MICKEY'S
LANCHE E BAR**

4.7 – Vendo, 2018, dimensões variáveis, Distrito Federal.

14 faixas

Marreta

Case de contrabaixo

Câmera

VENDO é um trabalho realizado por mim que consiste em uma série de faixas amarelas que são instaladas pela cidade. Elas são inspiradas naquelas em que se vendem lotes, casas e apartamentos, que são espalhadas por aí e provocam nossa visão frequentemente, por destoarem da paisagem.

De acordo com tais reflexões surgem as faixas *Vendo*, que são basicamente faixas com *Vendo* escrito e nada mais, nenhuma outra informação é necessária além do verbo. Com elas pretendo *Vender*, privatizar diferentes lugares e imóveis por onde passo, seguindo os passos dos grandes especuladores. Mas com elas também pretendo *Ver* mais a cidade, e prestar mais atenção a lugares tão cotidianos e fugazes que raramente são dignos de contemplação.

A ação é rápida: carrego-as dentro de um case de contra-baixo para evitar chamar atenção, mas que ao mesmo tempo, cria um pequeno ato performático, no ato de carregar objetos feitos para intervenção dentro de um objeto para outra finalidade. Para mim, o case se torna algo similar a malas que espiões de filmes hollywoodianos usam para disfarçar que estão portando armas de alta periculosidade.

242



Figs. 163 - 174
José de Deus
Vendo
2018

Ao chegar no lugar, rapidamente pego uma faixa e a instalo com o apoio de uma marreta, o único detalhe que tira a discrição da ação é eco seco das marretadas. Por fim, registro a faixa com uma câmera e rapidamente me retiro para voltar ao fluxo comum do cotidiano, como um estudante normal de música indo à sua aula de contrabaixo (como um James Bond normal carregando uma arma do tamanho de um contrabaixo).

Assim, a faixa fica instalada e passa a compor o campo visual da cidade. Ao mesmo tempo em que se camufla ao meio de tantas outras faixas amarelas, se diferencia por ter caráter enigmático por não expor nenhuma informação do vendedor (que infelizmente não vai conseguir vender suas moradias e não vai continuar a girar a roda da especulação imobiliária, por ter se esquecido de pedir para o faixeiro escrever seu telefone na faixa, que pena).

O cenário em que essas faixas se instalam é uma organização urbana cada vez mais disposta a uma individualização de espaços e no levantamento de muros. Essas faixas surgem numa tentativa desesperada de venda de qualquer lugar o tempo todo, e fazem parte de uma crescente especulação imobiliária. Esse sistema de especulação faz parte de um grande projeto que visa a privatização de tudo e de todos, além do lucro cada vez maior (o que contrasta com a linguagem popular²⁴ das letras das faixas e seu material efêmero e de baixo custo).

24 Utilizo aqui o termo a partir do significado do dicionário: "1. Relativo ou pertencente ao povo. (...) 6. Que se transmite informalmente ou com base na tradição oral, por oposição a erudito (ex.: música popular; palavras formadas por via popular)" <https://www.priberam.pt/dlpo/popular>, Acessado em 7 de julho de 2018.

Relatos de ação:

Dias 29 e 30 de junho e 01 de julho de 2018

Durante as intervenções, busquei vender jardins e suas plantas cuidadosamente organizadas e cultivadas, que, logo em seguida, crescem e se expandem caoticamente, buscando para si uma cara mais selvagem e menos controlada. Busquei vender formigas, eternas proletárias, que trabalham, caminham e carregam pesos incessantemente, todos os dias e sem parar. Tentei vender o vento, que joga para um lado e para o outro, tudo o que ele quer da forma que bem entender, sem rumo e sem sentido esclarecido. Tentei vender a noite e o escuro, que com seus poderes de nos cegar e nos hipnotizar, o lucro é certo!

Depois de longas caminhadas pelas pedras, pretendi vender até picos de montanhas e lápides de pedras vivas. Tentei vender grandes promessas de elevação social! Com ar condicionado, espaço amplo, visão panorâmica e porta automática e, para subir, é só apertar um botão. Também pretendi vender o céu, mas apenas um pequeno quadradiño dele e em um lugar com um pouco de cheiro de xixi; pra comprar mais céu e em outro lugar tem que pagar mais caro! Tentei vender pessoas: vários e vários corpos a troco de blocos de concreto, bem como um tal de sonho modernista e desenvolvimentista.

Vendo até saudades e memórias, de familiares e amigos, ansiosos por uma deleitosa visita que chega de avião.

Em seguida, dediquei-me a vender o som, não só o dos pássaros de manhã, mas também o do tiro das armas que ecoa pela casa, o de alguém pulando o muro, o do vizinho roubando água. Também me esforcei a vender a caminhada, os passos, os trajetos, as derivas pela cidade ensolarada e esvaziada. Busquei vender aquelas pedras que golpeiam tudo e a todos, por breves espaços de tempo (poucos segundos), mas com frequência diária. E, por fim, empenhei-me em vender até objetos-satélites-flutuantes, que nadam sem rumo por aí e se perdem rapidamente.

(Não devolvemos produtos e nem reembolsamos).

Vim, vi e vendi.

(autor desconhecido)



(Na página ao lado)
Figs. 175, 176
Tirando as faixas
Vendo do case de
contrabaixo



4.8 – Vende-se este lote (folha), 2018,
510.100.000 km², Terra.

Caneta

Folha

Câmera

Aqui, eu tento vender a terra, ou a Terra, por um preço camarada. *Vende-se este lote (folha)* também é um exercício de reflexão sobre a dimensão das coisas. Em uma pequena folha de grama de pouco mais de 10 centímetros eu anuncio a venda um lote, um espaço, um espaço indeterminado, um pedaço de terra na Terra. Um pequeno que poderá ser lido e pisoteado. Um imenso espaço, que pode ser o lote onde está a folha, pode ser a cidade, pode ser o país, ou pode ser tudo. Vende-se a cidade, vende-se o país, vende-se a natureza.



Figs. 177, 178

José De Deus

Vende-se este lote (folha)

2018

4.9 – Caminhada da rodoviária do Plano Piloto até o Conjunto Nacional, 2017 - 2019, 7,5 x 15,2 cm, Distrito Federal.

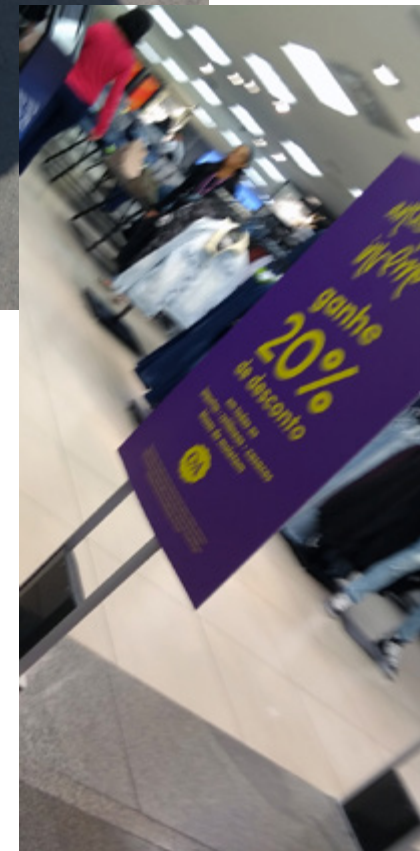
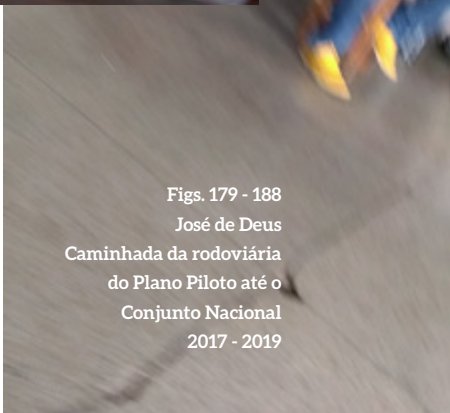
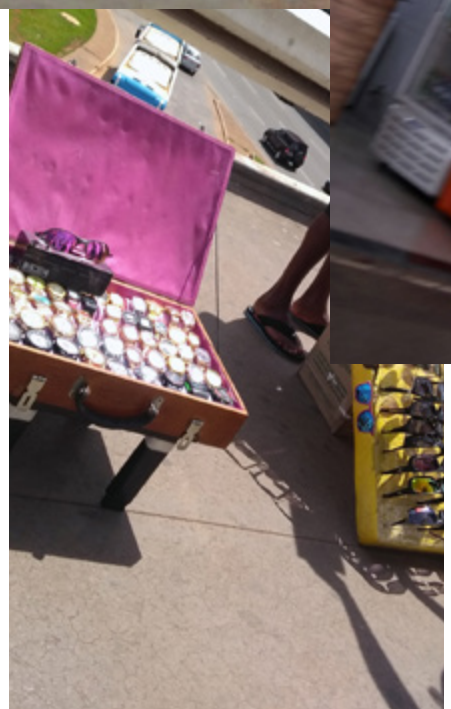
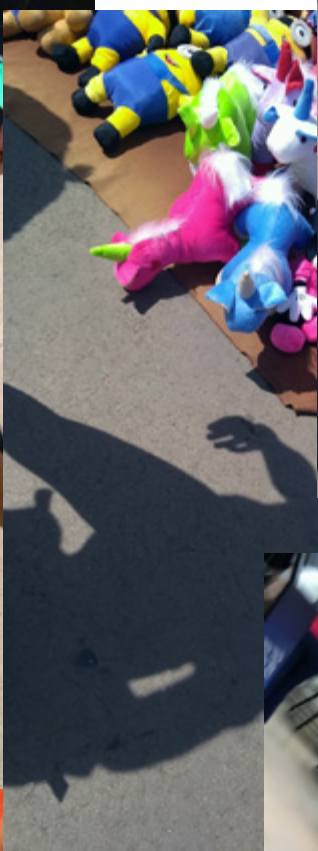
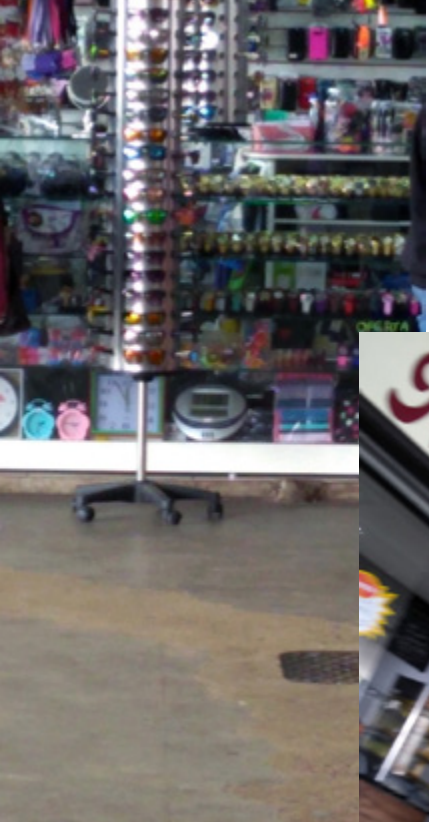
O registro de um trajeto que já percorri inúmeras vezes. *Em Caminhada da rodoviária do Plano Piloto até o Conjunto Nacional*, eu busco observar e fotografar os produtos à venda entre os lugares.

Saindo do metrô, chego no térreo da rodoviária, onde há quiosques que vendem bolsas, óculos, relógios e roupas por preço baixo, há pastel com caldo de cana, camelôs carregando suas mercadorias de um lado para o outro, há mochilas penduradas em madeirites de construção, recargas de celular em qualquer comércio. Subindo uma das escadas da rodoviária que funcionam, chego no segundo piso, onde há lotéricas, o *Melhor do Dia*, bancas e mais quiosques de óculos, bolsas e roupas baratas. Saindo da rodoviária em direção ao Conjunto há um espaço aberto e ensolarado. Sob o calor febril, camelôs expõem seus produtos em cima de caixas de papelão, ou no chão, em pedaços de tecido. Neste lugar, um apertado corredor cheio de transeuntes, pode-se encontrar roupas, óculos, chips de celular, cartões de memória, fone de ouvido a 5 reais, adesivo de unha a 1 real, controle de televisão, relógios, brinquedos de pelúcia, sandálias, películas de vidro para celular, guarda chuva. Na parte externa do Conjunto, um quiosque com a chamada **“COMPRE AQUI”** anuncia um jogo de apostas, similar à loteria, onde os prêmios são carros. No interior do shopping, todo revestido de porcelanato e vitrines, a luz ambiente torna todo o lugar homogêneo, consumidores lancham fast-food e vendedores ficam na porta das lojas esperando clientes.

Entre o ponto de partida e o ponto de chegada há muitas disparidades, apesar de eles serem próximos. O começo do percurso é mais desconfortável, há lixo no chão, há um enorme volume de transeuntes apressados, os produtos são mais baratos, as vezes pirateados, os vendedores expõem seus produtos em suportes improvisados, há mais aridez, mais suor. O final do percurso é menos movimentado, mais higienizado, mais vigiado, um ambiente que expurga tipos de pessoa indesejáveis e se propõe a dar mais conforto apenas aos que irão consumir, um lugar com ar condicionado e porcelanato. Em um pequeno espaço de distância é possível perceber estilos de vida completamente diferentes e que, alguns que frequentam um lugar, jamais frequentarão o outro.

O formato em que esta série de fotografias é apresentada é um fanzine²⁵ de 7,5 x 15,2 cm, o mesmo tamanho do telefone celular que utilizei para tirar as fotos. Ao construir o objeto nesse formato e tamanho, pretendo fazer o leitor olha a obra na mesma posição que olha seu celular.

²⁵ “As zines são revistinhas independentes e não profissionais com diversos fins. O termo zine veio de fanzine, aglutinação de fan magazine – literalmente “revista de fãs” –, inicialmente popularizada como um meio de divulgação de trabalhos artísticos, literários, musicais ou de qualquer cultura particular, de fãs para fãs” (Bellani, 2017).



Figs. 179 - 188
José de Deus
Caminhada da rodoviária
do Plano Piloto até o
Conjunto Nacional
2017 - 2019

4.10 – Placas de Olhos D’água, 2018 – 2019, dimensões variáveis, Goiás e Distrito Federal.

Tênis de caminhada

Câmera

Tela

Compensado

Gesso crê

Cola branca

Pincel

Pote com Água

Pano de limpeza

Tinta a óleo

Terebentina

Tinta acrílica

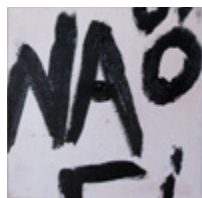
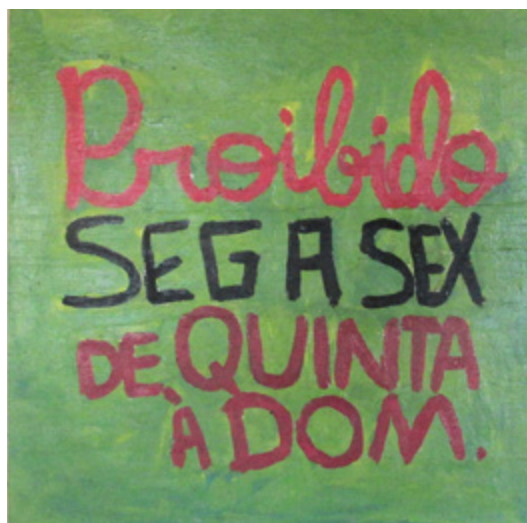
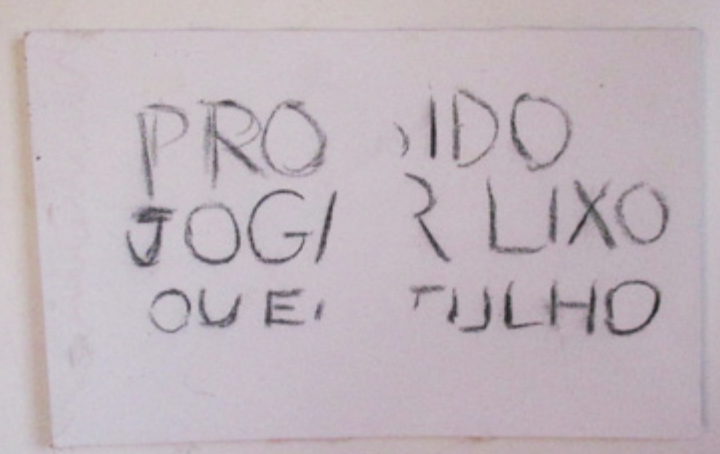
Em outubro de 2018 fui à cidade de Olhos D’água participar de uma residência artística no Espaço NACO – Núcleo de Arte do Centro-Oeste, organizada pelo artista e professor Christus de Nóbrega na disciplina Processos em Residência Artística, ofertada no Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Universidade de Brasília. Durante a residência foi proposto que os artistas caminhassem pela cidade e produzissem trabalhos que dialogariam com a experiência no local. Já que minha pesquisa já caminhava em direção a locais e imagens de comércio e consumo, decidi explorar esse lado da cidade.

Isso me fez encontrar coisas completamente diferentes das imagens ultramodernas e tecnológicas com as quais eu já havia me deparado em outrora, afinal, Olhos D’água é uma pequena cidade de interior, onde sequer há sinal de

telefone celular (o que foi um grande problema para mim e meus colegas-artistas viciados em internet). Após minhas caminhadas pela cidade, registrei diversas placas de lojas, bares e restaurantes que encontrei, mas acabei encontrando outros tipos de informação escrita pelas paredes e placas que também me interessaram, apesar de não serem exatamente comerciais. Pichações, placas com mensagens religiosas, faixas de igrejas, poemas, estacionamentos, “sejam bem-vindos”, “proibido”, placas misteriosas, placas com endereços, placas contando histórias etc. Dentre os suportes, havia folhas de alumínio, papelão, madeira, compensado, cercas e muros. Alguns textos são escritos por profissionais, que provavelmente fizeram algum curso técnico, outros são feitos de forma espontânea por alguém que simplesmente tinha que passar alguma mensagem escrita. Esse tipo de texto é conhecido no Design como tipografia popular ou vernacular²⁶ e pode ser facilmente encontrado não só em cidades do interior, mas também em grandes cidades, tanto no seu centro (em menor quantidade), como em sua periferia. Eles

vendem açaí, coco-verde, picolé e tabu; oferecem serviços gerais de costura, pintura, entalhe; consertam geladeira, fogão e ventilador; entregam gás e água; vendem terreno, fazem prece, leem a sorte. São empalhadores, borracheiros, amoladores, fiteiros, cartomantes, sapateiros, costureiras (Finizola, 2013, p.19).

²⁶ “O design vernacular compreende a produção espontânea de artefatos de design de determinada região ou localidade específica que caminha ao lado do design oficial ou mainstream” (Finizola, 2013, p.16).



Baseado no registro do design da cidade, retorno ao ateliê e aos materiais tradicionais da pintura, pintando alguns recortes e detalhes dos textos. Utilizando tinta acrílica e tinta a óleo sobre tela e pedaços de compensado, escrevo cores e pinto palavras. Às vezes modificando o tamanho, o formato e a cor da imagem que uso de referência para a pintura, às vezes sobrepondo, cortando e modificando palavras. As palavras, quando são pintadas, não têm apenas a função de comunicar uma mensagem. Para a artista e professora Maria do Carmo Veneroso, a palavra recebe o atributo de “coisa desenhada” quando é inserida em uma pintura, dando como exemplo as pinturas e colagens cubistas. Ela afirma que

a escrita não é apenas um meio de transfiguração da fala, mas uma realidade dupla, dotada de uma parte visual. É nesse lugar limítrofe, nessa margem em que a escrita e as artes plásticas confluem, que se encontra um espaço privilegiado para se pensar as relações entre imagem e palavra. (...) A letra volta então a ser desenho, contribuindo para eliminar os limites entre o texto e a pintura (Veneroso, 2006, p.148-150).



Fig. 205
Pablo Picasso
The Architect's table
1912

JEŠUS
REI DOS
REIS

JEŠUS
BREVE
VOLTA
DO
CAFÉ

USA BR

Figs. 189 - 204
José de Deus
Placas de Olhos D'água
2018 - 2019

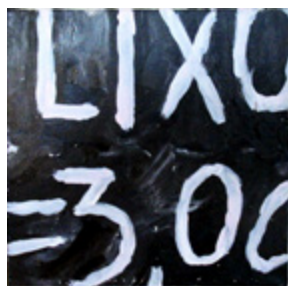
LIMPA FOSSA
(62) 9451-4650
9606-2338
LEIA A BIBLIA

VITÓRIA!!!
E-ELIAS
RO E
SIT M R L V

DECEMBRINHA
DE

PAS SOL
NO FANTASTICO
ENAG-LOBO

BAR=MUSEU



4.11 - Manual de instruções

O manual de instruções da série Quer pagar quanto? tem o intuito de disponibilizar ao leitor-artista o passo-a-passo e os materiais necessários para realizar quatro das intervenções realizadas no projeto. A fim de facilitar o entendimento, cada etapa a ser seguida é acompanhada de uma ilustração. O leitor-artista tem a liberdade de seguir as instruções como quiser, pulando alguma etapa, mudando a ordem dos passos ou criando novas intervenções a partir das que estão no manual.

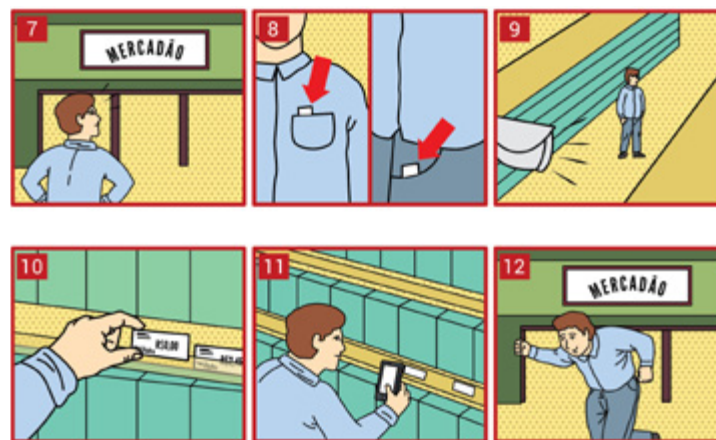


Fig. 206
Detalhe do manual
de instruções da série
Quer pagar quanto?

OBRIGADO, VOLTE SEMPRE!

Após pagar a entrada e quitar as quatro parcelas, podemos finalizar a compra e partir para as últimas considerações.

Procurei aqui apresentar os processos da minha pesquisa poética, sem necessariamente chegar a algum ponto final e conclusivo. Tendo como ponto de partida as intervenções de *O gerente ficou maluco*, intercalando leituras e produção de obras, fiz diversas reflexões acerca do meu trabalho e questões que ele suscita.

Ao estudar obras de diversos artistas que dialogam com meu trabalho, ou seja, que trabalham com elementos da cultura de massa e de consumo, com objetos industriais, e locais associados à vida cotidiana, percebo como cada um deles se relaciona com o lugar e o tempo em que o artista está e localizo mais precisamente onde minha pesquisa poética se encontra.

Nas obras dos artistas Pop europeus e estadunidenses, observei modos de propor, no trabalho artístico, um raciocínio sobre a influência da cultura de massa e de consumo na vida cotidiana. A partir de escritos políticos de artistas latino-americanos e obras de artistas como Bárbara Wagner, aprendo a enxergar como diferentes culturas se interagem, compõem novos movimentos culturais e

fazem parte da construção de propostas artísticas. Os pensamentos e processos dos artistas conceituais, bem como suas estratégias para questionar instituições, me fizeram perceber as diversas questões artísticas que uma simples troca de informações em etiquetas de preço pode levantar.

Entre faixas, adesivos, etiquetas, cartas, panfletos, fotos, filmagens, intervenções e montagens busquei investigar poeticamente o mundo das compras e das vendas e tudo que os circunda. Durante o processo, aprendi a escapar de vigilantes, a adotar métodos de registro mais discreto, maneiras de guardar, levar e instalar determinados objetos em determinados lugares, maneiras de instruir outras pessoas que queiram participar dos trabalhos, abracei novas táticas de como agir nos lugares. Enfim, aprendi sobre o que é o meu próprio trabalho. Mas ainda há mais o que aprender. Mesmo depois de dois anos de pesquisa, carrego ainda mais interrogações do que certezas.

É possível ver arte no momento das compras? É possível fazer arte no momento das compras? É possível tornar um consumidor, dentro de uma loja ou na rua, num espectador de arte através de um pequeno gesto? É possível fazer um espectador, que está em uma galeria de arte, fruir de uma imagem tão banal como uma propaganda de televisão? O que fazemos para transformar um objeto comum em objeto de arte? Qual o lugar de autoria quando o trabalho pode ser feito por qualquer pessoa?

Creio que meu trabalho solicita outros rumos além dos que aqui foram trilhados. A experimentação de materiais é um deles: caixas de papelão, placas de isopor, garrafas plásticas, retalhos de madeira, tecidos, diversos tipos de

papel, entre outros materiais que dialogam com a cultura de massa, são recursos que são do meu interesse e que pretendo pesquisar futuramente. Eu também gostaria de explorar e refletir mais sobre outros componentes da minha pesquisa poética, como o ato performático envolvido nos processos do trabalho: no momento de intervir, de registrar, de convidar outros participantes, de falar sobre o trabalho, entre outros momentos que podem vir a surgir. Há também assuntos que se abriram para mim no decorrer desta dissertação e que desejo me aprofundar futuramente, como, por exemplo, a relação do indivíduo com a cidade, aspectos políticos de dispositivos de vigilância, a utilização de ferramentas da internet no processo artístico, arte postal, o uso de palavras na obra de arte, o humor na arte.

A escrita foi outro fator que pretendo aprimorar futuramente, pois, apesar da tentativa de levar humor e ironia aos trabalhos práticos, senti dificuldade em trazer esses elementos no decorrer do texto. Percebo como é complicado o trabalho do performer e do comediante, ainda mais quando são expostos problemas sociais na *piada*. Tal dificuldade aumenta quando tentamos misturar a comédia com o universo acadêmico. Por hora, sinto que não ousei o suficiente, mas essa dificuldade me abre um novo desafio para pesquisas futuras: a busca por uma *Arte bem-humorada*, uma *História da Arte mais engraçada* e, talvez, uma *tese* ou *artigos científicos mais cheios de graça*.

Hay que endurecerse, pero sin perder la broma jamás.
(guerrilheiro desconhecido)

GLOSSÁRIO

arte-cartão-fidelidade *f.*

Conjunto de preceitos para ser fiel a qualquer coisa. (Lat. *art-carta-fidelitas*)

arte de brinde *f.* Conjunto de preceitos para fazer qualquer coisa que acompanha a compra de algo. (Lat. al. *ars-brigen*)

arte delivery *f.* Conjunto de preceitos para fazer qualquer coisa que passa as mãos de outrem. (Lat. *ars-integrare*)

arte no atacado *f.* Conjunto de preceitos para qualquer coisa que se adquire em grandes quantidades. (Lat. *ars-ataccare*)

arte no varejo *f.* Conjunto de preceitos para fazer qualquer coisa que se adquire em poucas quantidades. (Lat. *ars-vara*)

arte pague 2 e leve 3 *f.*

Conjunto de preceitos para fazer qualquer coisa em que se adquire duas unidades, mas se

toma três unidades (Lat. *ars-pa-care-duo levare-tres*)

arte panfletária *f.* Conjunto de preceitos para bem dizer ou fazer qualquer panfleto (Ingl. Lat. *ars-pamphletarian*)

arte-panfleto *m. e f.* Pequeno folheto com um conjunto de preceitos para se fazer qualquer coisa, especialmente coisas políticas. (Ingl. Lat. *ars-pamphlet*)

arte patrocinada *f.* Conjunto de preceitos para fazer qualquer coisa amparado financeiramente por outrem. (Lat. *ars-patrocinum*)

arte retornável *f.* Conjunto de preceitos para fazer qualquer coisa que volta ao ponto donde se partiu. (Lat. *ars-retornavel*)

arte self-service (ou serve-serve) *f.* Conjunto de

preceitos para fazer qualquer coisa prestado à utilidade pelo próprio indivíduo. (Lat. *ars-serve-servire*)

artista-colega *m. e f.* Pessoa, que, em relação a outra cultiva artes e faz parte da mesma comunidade. Camarada. (Do lat. *artista-collega*)

artista-entregador *m.* Aquele que faz de uma profissão de uma arte de passar as mãos de outrem. Arremessar, confiar e fazer arte. (Do lat. *artista-integrare*)

artista-professor *m.* Aquele que professa e faz da profissão de uma arte. Homem adestrado, gênio, perito ou manhoso. (Lat. *artista-professor*)

carteiro-artista *m.* Indivíduo que entrega arte-postal a residências e empresas. (Do lat. *chartarius-artista*)

cédulas-obra *f.* Produção artística, representativa de moeda de curso legal (Lat. *schedula-opera*)

crítico-artista *m. e adj.* Aquele que cultiva e julga as Artes. Apreciação e cultivo minucioso. (Lat. Gr. *kritikos-artista*)

destinatário-espectador *m. e adj.* Indivíduo a quem se destina uma arte-postal em sua residência ou empresa. (Do lat. *destinare-spectador*)

espectador-atirador *m.* Aquele que vê o ato e dispara no ato. Vê e dá coices. (Lat. *spectador-tirador*)

espectador-consumidor *m. e adj.* Aquele que gasta e que observa ou que vê qualquer ato. (Lat. *spectador-consumere*)

espectador-funcionário *m.* Aquele que tem ocupação permanente e retribuída e que vê qualquer ato. (Do lat. *spectador-functio*)

espectador-gerente *m.* Aquele que administra algo e que vê qualquer ato. (Lat. *spectador-gerens*)

espectador-interventor *m. e adj.* Aquele que vê e intervém no ato. Ver e sobrevir. (Lat. *spectador-intervenens*)

espectador-leitor *m.* Aquele que lê e vê o ato. (Lat. *spectador-lector*)

espectador-lutador *m. e adj.* Aquele que vê o ato e luta contra o ato. Que combate, briga e vê. (Lat. *spectador-luctor*)

espectador-participante *m. e adj.* Aquele que toma parte, se associa ao ato que vê. (Lat. *spectador-participans*)

espectadores-transeuntes *m. e adj.* Aquele que vai passando e vendo qualquer ato. Que anda e vê. (Lat. *spectador-transeuns*)

garrafas-obra *f.* Produção artística, especialmente de vidro e com gargalo estreito, destinado a conter líquidos. (Do Lat. ár. *garraf-opera*)

jornal-exposição *f. e m.* Conjunto de coisas que se expõem diariamente. (Lat. fr. *journal-expositio*)

jornal-obra *f. e m.* Resultado de uma ação artística diária. (Do Lat. fr. *journal-opera*)

lixo-obra *f. e m.* Resultado de uma ação artística que se varre. Trabalho imundície. (Do lat. *Ralé-opera*)

objeto-etiqueta *m. e f.* Letreiro, que se põe sobre tudo que nossa vista pode observar, para designar o que este é. (Fr. *objete-etiquette*)

objeto-garrafa *m. e f.* Coisa sensível, especialmente de vidro e com gargalo estreito, destinado a conter mensagens. (Do ár. *objet-garrafa*)

objeto-jornal *m.* Tudo que é exterior ao espírito e é diário. (Do fr. *objecté-journal*)

objeto-lixo *m.* Aquilo que se apresenta à nossa alma e se varre. (Do lat. *objectum-Ralé*)

objetos-satélites-flutuantes *m. e adj.* Tudo aquilo que se apresenta aos nossos sentidos e gira em torno de algum companheiro sobre as ondas. (Lat. *objectum-satelles-fluctuans*)

obra-crítica *f.* Construção que julga e aprecia as Artes. (Lat. Gr. *opera-kritika*)

parangolés gourmet *m. e adj.* vestimenta produzida com requinte e finos tecidos para o espectador-participante utilizar em um espaço de arte ambiental. (Do fr. *parangolè-gourmet*)

remetente-artista *m., f. e adj.* Indivíduo que remete obras de arte por meio de carta. (Do lat. *remittens-artista*)

roupa-arte *f.* Conjunto de preceitos de vestuário ou das peças que bem dizem ou fazem qualquer coisa. Modo. (Do na. alt. at *roub-ars*)

REFERÊNCIAS

- ANJOS, Moacir dos. *Local/Global: arte em trânsito*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- ARGAN, Giulio Carlo. *Arte Moderna*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- BACCEGA, Maria Aparecia (Org.). *Comunicação de culturas do consumo*. São Paulo: Atlas, 2008.
- BARRIO, Artur. Manifesto. In: FERREIRA, Glória; CONTRIM, Cecília (Orgs.). *Escritos de Artistas: Anos 60/70*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- BOURRIAUD, Nicolas. *Estética Relacional*. São Paulo: Martins, 2008.
- BRITO, Eleonora Zicari Costa de; OLIVEIRRA, Emerson Dionisio Gomes de. *Roberto Carlos: no altar de Nelson Leirner*. Uberlândia: ArtCultura, v. 11, n. 19, jul.-dez, 2009.
- CALIRMAN, Claudia. *Arte brasileira na ditadura militar: Antonio Manuel, Artur Barrio e Cildo Meireles*. Rio de Janeiro: Reptil, 2013.
- CAMNITIZER, Luis. Arte contemporânea colonial. In: FERREIRA, Glória; CONTRIM, Cecília (Orgs.). *Escritos de Artistas: Anos 60/70*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- CAMPBELL, Brígida. *Arte para uma cidade sensível*. São Paulo: Invisíveis Produções, 2015.
- CANCLINI, Nestor García. *Culturas Híbridas: Estratégias para entrar*

- e sair da modernidade. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.
- . *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.
- CHIARELLI, Tadeu. *Nelson Leiner: Arte e não arte*. São Paulo: Galeria Brito Cimino, 2002.
- COSTA, Everaldo Batista da. *Utopismos patrimoniais pela América Latina: Resistências à colonialidade do poder*. Barcelona: XIV Colóquio Internacional de Geocrítica: Las utopías y la construcción de la sociedad del futuro, 2016.
- . *Ativação popular do patrimônio-territorial na América Latina: teoria e metodologia*. Bogotá: Cuadernos de Geografía, v. 26, n. 2, 2017.
- DANTO, Arthur C. *Andy Warhol*. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- ESPADA, Heloisa. Waldemar Cordeiro e os popcretos: realismo, semântica, geometria e urubus. In: ESPADA, Heloisa, et al. *Vanguarda brasileira dos anos 1960 – Coleção Roger Wright/ curadoria José Augusto Ribeiro*. São Paulo: Pinacoteca de São Paulo, 2017.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FERREIRA, Glória; CONTRIM, Cecília (Orgs.). *Escritos de Artistas: Anos 60/70*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- FINIZOLA, Fátima. *Abridores de letras de Pernambuco: Um mapeamento da gráfica popular*. São Paulo: Blucher, 2013.
- FREITAS, Artur. *Arte de Guerrilha*. São Paulo: Edusp – Editora da Universidade de São Paulo, 2013.
- GERCHMAN, Clara (Org.). *Rubens Gerchman: O rei do mau gosto*. São Paulo: J.J. Carol, 2013.
- GIORGI, Artur de Vargas. *León Ferrari: fazer comum*. Santa Catarina: Outra travessia - Programa de Pós-Graduação em Literatura, N.23, 2017.
- GIUNTA, A. (org). *León Ferrari: retrospectiva. Obras 1954-2006*. São Paulo: Cosac Naify /Imprensa Oficial, 2006.
- GULLAR, Ferreira. *Cultura posta em questão, Vanguarda e subdesenvolvimento: ensaios sobre arte*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.
- HAN, Byung-chul. *Sociedade da transparência*. Rio de Janeiro: Vozes, 2017
- HARVEY, David. *Espaços de esperança*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- HENDRICKSON, Janis. *Roy Lichtenstein*. K öln: Taschen GmbH, 2011.
- KOSUTH, Joseph. A arte depois da filosofia. In: FERREIRA, Glória; CONTRIM, Cecília (Orgs.). *Escritos de Artistas: Anos 60/70*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- LEWITT, Sol. Parágrafos sobre Arte Conceitual. In: FERREIRA, Glória; CONTRIM, Cecília (Orgs.). *Escritos de Artistas: Anos 60/70*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- LIMA, Ana Luisa; DINIZ, Clarissa (Orgs.). *Revista Tatuí nº 8*. 2010.
- LIPPARD, Lucy R.; CHANDLER, John. *A desmaterialização da arte*. Rio de Janeiro: Arte & Ensaios, n. 25, 2013.
- LONGO, Celso. Entre a poética do frágil e da resistência: abordagens gráficas e estratégias da comunicação na vanguarda brasileira dos anos 1960. In: ESPADA, Heloisa, et al. *Vanguarda brasileira dos anos 1960 – Coleção Roger Wright/ curadoria José Augusto Ribeiro*. São Paulo: Pinacoteca de São Paulo, 2017.
- MEIRELES, Cildo. Inserções em circuitos ideológicos. In: FERREIRA, Glória; CONTRIM, Cecília (Orgs.). *Escritos de Artistas: Anos 60/70*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- MESQUITA, Tiago. A pop e a sociedade do pós-guerra. In: ESPADA,

Heloisa. et al. *Vanguarda brasileira dos anos 1960 – Coleção Roger Wright/ curadoria José Augusto Ribeiro*. São Paulo: Pinacoteca de São Paulo, 2017.

MOLES, Abraham. *O Kitsch: A arte da felicidade*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1972.

MORAIS, Frederico. *Contra a arte afluyente: o corpo é o motor da obra*. Rio de Janeiro: Revista de Cultura Vozes, v.1, n.64, 1970.

OITICICA, Hélio. A transição da cor ao quadro para o espaço e o sentido da construtividade. In: FERREIRA, Glória; CONTRIM, Cecília (Orgs.). *Escritos de Artistas: Anos 60/70*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

_____. *Hélio Oiticica*. Paris: Jeu de Paume / Réunion des musées nationaux, 1992.

OLDENBURG, Claes. Sou a favor de uma arte... In: FERREIRA, Glória; CONTRIM, Cecília (Orgs.). *Escritos de Artistas: Anos 60/70*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

OLIVEIRA, Emerson Dionisio Gomes de. *Olho Que Tudo Vê Na Arte De León Ferrari*. Londrina: III Encontro Nacional de Estudos da Imagem, 2011.

PARC, Julio Le. Guerrilha cultural? In: FERREIRA, Glória; CONTRIM, Cecília (Orgs.). *Escritos de Artistas: Anos 60/70*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

PIQUEIRA, Gustavo. *Valfrido?*. São Paulo: Editora Lote 42, 2016.

_____. *Manifesto: por uma cidade lúdica e coletiva. Por uma arte pública, crítica e poética*. Belo horizonte: revista UFMG, v. 20, n.1, jan./jun, 2013.

RAMÍREZ, Mari Carmen. *Táticas para viver da adversidade: O conceitualismo na América Latina*. Rio de Janeiro: Arte & Ensaios, n. 15, 2007.

SANTOS, Gustavo Azevedo da Silva. *FACE RECOGNITION: O rosto da insatisfação contra vigilante*. Trabalho de Conclusão de Curso –

Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2013.

VENEROSO, Maria do Carmo de Freitas. *Caligrafias e Escrituras: Diálogo e intertexto no processo escritural nas artes no século XX*. Belo Horizonte: Em tese, v. 5, 2002.

_____. *O diálogo imagem-palavra na arte do século XX: as colagens cubistas de Pablo Picasso e sua relação intertextual com os caligramas de Guillaume Apollinaire*. Minas Gerais: Aletria Revista de Estudos de Literatura, v. 14, jul-dez, 2006.

WAGNER, Bárbara; SOARES, Thiago. *Mestres de Cerimônia*. Rio de Janeiro: Revista ECO - Pós., v. 19, N. 3. 2016.

Bibliografia Complementar

ADORNO, Theodor. *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e terra, 2002.

BARBOSA, Iracema. *Bois de carnaval*. Rio de Janeiro: Textos escolhidos de cultura e arte populares, v.10, n.2, 2013.

BARBOSA, Iracema; FÉLIX, Nelson. *Transgressão e tempo na poética de Nelson Félix: fragmentos de uma longa conversa [dossiê]*. Porto Alegre: Revista-Valise, v. 4, n. 7, ano 4, 2014.

BARRIO, Artur; ANJOS, Moacir dos; FARIAS, Agnaldo. *Artur Barrio*. São Paulo: Bienal de São Paulo, 2011.

BENSE, Max. *Pequena estética*. São Paulo: Perspectiva, 2017.

COSTA, Eduardo; ESCARI, Raúl; JACOBI, Roberto. *Un arte de los medios de comunicación*. Buenos aires, 1966.

FLOOD, Catherine; GRINDON, Gavin (orgs.). *Disobedient Objects*. Londres: V&A Publishing, 2014.

MANUEL, antonio. *Antonio manuel: I want to act, not represent!*. São paulo: Cosac & Naify, 2013.

MATOS, Diego; WISNIK, Guilherme (Orgs.). *Cildo Meireles: Estudos, espaços, tempo*. São Paulo: Ubu Editora, 2017.

MINK, Janis. *DUCHAMP*. Londres: Taschen UK, 2016.

PORO. *Intervalo, respiro, pequenos deslocamentos*. São Paulo: Radical Livros, 2011.

REIS, Paulo. *Arte de vanguarda no Brasil: os anos 60*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

WARHOL, Andy. *A filosofia de Andy Warhol: De A a B e de volta a A*. Rio de Janeiro: Cobogó, 2008.

Websites

A política da Imagem. https://revistazum.com.br/revista-zum_6/a-politica-da-imagem/, Acessado em: 06, set, 2018

Bárbara Wagner e a cultura popular. 2016. <[youtube.com/watch?v=eWdLs7BGBjE](https://www.youtube.com/watch?v=eWdLs7BGBjE)>; Acessado em: 30 mai, 2018.

Chega da moda cafona do trabalho escravo. <https://exame.abril.com.br/revista-exame/cheга-de-risco/>, Acessado em 7 de abril de 2019.

Coletivo Filé de Peixe. <https://coletivofiledepeixe.wordpress.com/>, acessado em 11 de abril de 2019.

Don Quijote. <http://permitidopermitir.blogspot.com/search?updated-max=2006-01-06T18:15:00-02:00&max-results=500>, acessado em 11 de abril de 2019.

Google Maps. <https://www.google.com/maps/>, Acessado em 4 de junho de 2019.

Google Tradutor. <https://translate.google.com.br/?hl=pt-BR>, Acessado em 15 de abril de 2019.

LEI Nº 4.990, DE 12 DE DEZEMBRO DE 2012. <http://www.fazenda.df.gov.br/aplicacoes/legislacao/legislacao/TelaSaidaDocumento.cfm?txtNumero=4990&txtAno=2012&txtTipo=5&txtParte=>., Acessado em 24 de outubro de 2018.

Michaelis. <http://michaelis.uol.com.br>, Acessado em 20 de novembro de 2018.

O levante, 2012 - 2014. <http://cargocollective.com/jonathasdeandrade/o-levante>, Acessado em 22 de abril de 2019.

O Mundo da Arte - Rubens Gerchman.

O que são zines. <https://sobrelivrosetraducoes.com.br/o-que-sao-zines/>, Acessado em 4 de junho de 2019.

<https://www.youtube.com/watch?v=azXe8FKgzHO>, Acessado em: 04 de abril de 2019.

Piratão. <https://coletivofiledepeixe.wordpress.com/piratao/>, acessado em 11 de abril de 2019.

PORO, Intervenções urbanas e ações efêmeras. <http://poro.redezero.org>, Acessado em 11 de abril de 2019.

Priberam Dicionário. <https://www.priberam.pt/dlpo/popular>, Acessado em 7 de julho de 2018.

‘Quer pagar quanto?’ rende indenização. <https://politica.estadao.com.br/blogs/advogado-de-defesa/quer-pagar-quanto-rende-indenizacao/>, Acessado em: 26 de fevereiro de 2018.

When Faith Moves Mountains. <<http://francisalys.com/when-faith-moves-mountains>>; Acessado em: 27 ago, 2018.

(Na próxima página)

Fig. 207

Fabiano Augusto,
garoto-propaganda da
Casas Bahia

