

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ
ESCOLA POLITÉCNICA DE SAÚDE JOAQUIM VENÂNCIO
LABORATÓRIO DE VIGILÂNCIA EM SAÚDE

Gabriela Monteiro da Costa

POP-ART:
o diálogo entre o movimento artístico americano e sua herança brasileira

Rio de Janeiro
2012

Gabriela Monteiro da Costa

POP-ART:

o diálogo entre o movimento artístico americano e sua herança brasileira

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio como requisito parcial para aprovação no curso técnico de nível médio em saúde com habilitação em Vigilância em Saúde.

Orientadora: Verônica Soares de Almeida

Co-orientadora: Thatiana Victoria dos Santos
M. F. de Moraes

Rio de Janeiro

2012

Gabriela Monteiro da Costa

POP-ART:

o diálogo entre o movimento artístico americano e sua herança brasileira

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio como requisito parcial para aprovação no curso técnico de nível médio em saúde com habilitação em Vigilância em Saúde.

Aprovado em ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

(Verônica de Almeida Soares LABFORM - EPSJV)

(Ana Lucia de Almeida Soutto Mayor - CAp - UFRJ)

(Greice Cohn – Pedro II – Cinead UFRJ)

Dedico este trabalho

aos meus pais, Ailton e Giselda.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, aos meus pais, Ailton e Giselda, pelo apoio, paciência e dedicação ao longo desses 19 anos. Agradeço também as minhas irmãs, Isabela e Manuela, que em meio a tantas brigas souberam me fazer rir quando eu mais precisava.

Agradeço muitíssimo a minha orientadora Verônica Soares, que nos momentos de confusão e dúvida indicava o caminho certo a seguir. Obrigada, também, Thatiana Victoria, pelas indicações, puxões de orelha e pela sua dedicação. Você, sem dúvida, é a melhor co-(des)orientadora dessa instituição.

Aos meus amigos Larissa Damasceno, Isadora Ribeiro e Jairo Xavier pela compreensão nas diversas vezes que fiquei em falta com vocês. Vocês são importantes para mim. Agradeço, também, a todos os meus amigos da EPSJV. Brenda, Camila, Isadora, Leticia, Lucas, Mayara e Kelvin, obrigada pelas suas amizades, pelos momentos de diversão, pelos momentos de choro e impaciência, obrigada por todos os bolos da Tia Solange, por todos os presentes, obrigada pela ajuda quando eu mais precisava. Simplesmente obrigada. Agradeço a turminha de Vigilância em Saúde 2010. Vou eterniza-los em fotografias para mantê-los vivos em minha memória.

À Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio, pela oportunidade que vocês me deram de transformar a forma como vejo o mundo. E, finalmente, gostaria de agradecer ao CNPQ por ter financiado essa pesquisa. Sua ajuda foi de extrema importância no desenvolvimento e conclusão desse trabalho. Obrigada.

*“A coisa mais bonita em Tóquio é o McDonald’s.
A coisa mais bonita em Estocolmo é o McDonald’s.
A coisa mais bonita em Florença é o McDonald’s.
Pequim e Moscou não tem nada bonito ainda.”
(Andy Warhol)*

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem por objetivo problematizar a relação entre um movimento artístico – a *Pop-Art* – e a sociedade de consumo e produção em massa em meio a qual tal movimento emergiu. Ao longo do texto, é estabelecido um diálogo entre a *Pop-Art* norte-americana e a *Pop-Art* brasileira, seus principais artistas e ícones, seus temas centrais. É realizado o levantamento do contexto histórico das décadas de 1950, 1960 e 1970. Além disso, observa-se como a *Pop-Art* questiona o lugar da arte no mundo pós-moderno, o que é “representável”, “artístico”. Para desenvolver essas questões, este trabalho utiliza fonte iconográfica e bibliográfica, analisando importantes obras do movimento e, a partir delas, traçando conclusões. A fonte iconográfica será composta por obras de artistas selecionados, em particular Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Cildo Meireles e Nelson Leirner. O referencial teórico é composto por autores que atuam no campo da crítica da arte e análise da imagem, tais como Giulio Carlo Argan, Martine Joly, Humberto Eco e Walter Benjamin.

LISTA ICONOGRÁFICA

Figura 1 Marilyn.....	21
Figura 2 Campbell's Soup Can.....	26
Figura 3 Campbell's Soup Can (Tomato).....	27
Figura 4 Masterpiece.....	30
Figura 5 Adoração (Altar para Roberto Carlos).....	36
Figura 6 Inserções em Circuitos Ideológicos: Projeto Coca-Cola.....	39

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 CONTEXTO HISTÓRICO DA POP-ART NOS EUA E NO BRASIL.....	11
2.1 Contexto histórico da Pop-Art norte-americana.....	11
2.2 Contexto histórico do Brasil a partir da década de 1960.....	14
3 A POP-ART NORTE-AMERICANA, SEU NASCIMENTO E SEUS ARTISTAS.....	17
3.1 A Pop-Art de Warhol e de Lichtenstein.....	17
3.2 Lichtenstein e a re-significação dos quadrinhos.....	25
4 POP-ART NO BRASIL: UM OLHAR DA INDÚSTRIA CULTURAL E DA DITADURA MILITAR.....	30
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	37
6 REFERÊNCIA.....	39
7 REFERÊNCIA ICONOGRÁFICA.....	40
8 REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA.....	41

1. INTRODUÇÃO

O movimento artístico que será objeto desse estudo é conhecido como Pop-Art, em tradução livre para a língua portuguesa, “Arte Popular”. Na expressão empregada para designar esse movimento artístico encontramos duas palavras que revelam o principal objeto tratado pelo movimento: a relação do artístico e belo com o popular, o comum, o massificado.

Primeiramente, o termo *arte*, que deriva do latim *ars*, corresponde ao termo grego *tékhne*, técnica. Tudo aquilo produzido através de uma técnica é produzido sob regras processuais que permitem a confecção de um produto desejado. Este produto, criado pelas mãos de um artista, torna-se único, resultado de um determinado contexto, um pensamento, uma forma de expressão, torna-se uma obra de arte. Veremos que durante as décadas de 1950, 1960 e 1970 os períodos históricos que este trabalho abordará, a Pop-Art colocará em cheque a questão da unicidade da obra artística.

O artista Marcel Duchamp, com seu conceito *ready-made*¹, deslocava os objetos da vida cotidiana, a priori, não reconhecidos como artísticos, para o espaço dos museus dotando-os do estatuto de arte. De certa maneira, Andy Warhol, Roy Lichtenstein e outros artistas contemporâneos, herdeiros desse aspecto fundamental de Duchamp, refazem o procedimento criando serigrafias, fotografias, desenhos, e pinturas que reproduzem objetos de consumo e que se transformam em ícones da sociedade de massas como a Coca-Cola, personagens de histórias em quadrinhos como Mickey Mouse, jogadores e técnicos de baseball.

Sintetizando, a *Pop-Art* revoluciona o campo da arte, ao trabalhar com produtos e questões que, quando não re-significadas pelo movimento artístico, não afetam os cidadãos comuns como experiência estética, e que estão enraizadas na sociedade consumista da segunda metade do século XX.

Para o desenvolvimento dessa pesquisa, selecionamos obras que compõem o acervo da *Pop-Art*, de artistas como Andy Warhol e Roy Lichtenstein, ambos referentes à *Pop-Art*

¹ Ready-made poderia ser um objeto de interesse do artista, algo industrializado ou mesmo algo natural como terra, uma garrafa de ar, que sofreria alguma alteração ou era mantido intacto.

norte-americana, e Nelson Leirner e Cildo Meireles, artistas brasileiros que são herdeiros desse movimento, para realizarmos a leitura das obras. Pois, segundo Argan apud Neves (2002, p.12), “a ponte entre a esfera ‘separada’ da arte e a esfera social ‘se constrói partindo da esfera artística em direção à social (e não inversamente)”.

Além da utilização de fontes iconográficas, esse trabalho foi desenvolvido através do diálogo entre fontes bibliográficas que abordam questões referentes à recepção e análise de imagens, conversando com autores como Martine Joly, questões referentes ao processo de criação de imagens segundo a abordagem filosófica de Walter Benjamin, o estudo da história da arte, como Giulio Carlo Argan, o discurso dos próprios artistas sobre suas obras, além da leitura das próprias obras, que nos fornecem inúmeras informações sobre o contexto na qual foi produzida.

Esta pesquisa tem como objetivo problematizar a relação entre sociedade de consumo e a *Pop-Art*. Esse movimento artístico foi expressivo a ponto de questionar os valores da sociedade americana? Ou, tinha como característica, apenas, retratar a sociedade na qual foi engendrada sem expressar qualquer opinião sobre ela?

Outro objetivo é tentar compreender o local da arte a partir do século XX. Como a arte passa a ser vista com o surgimento da *Pop-Art*? O que legitima a obra artística?

Já, no âmbito cultural brasileiro, buscaremos estabelecer o diálogo entre a *Pop-Art* e o forte contexto histórico do Brasil, a partir da década de 1960. Estabelecer uma relação entre o movimento artístico e a ditadura brasileira, promotora da repressão em diversas áreas da sociedade, principalmente, no mundo artístico.

A importância dessa investigação se dá através dos processos de mercantilização presentes na sociedade atual, na qual nem mesmo a obra de arte foge de tal regra. A *Pop-Art* retratou esse processo de forma objetiva, transformando uma lata de sopa em objeto de desejo, deslocando um objeto ou mercadoria comum do seu circuito comercial para resignificá-la em uma obra de arte. No Brasil, a crítica à sociedade de consumo é tão forte que abre caminho para certa ambivalência do movimento. O qual alimenta e deixa-se alimentar por essa sociedade.

2. CONTEXTO HISTÓRICO DA POP-ART NOS EUA E NO BRASIL

2.1 Contexto histórico da Pop-Art norte-americana

Este trabalho de conclusão de curso tem por objeto um movimento artístico nascido aproximadamente em 1956, em Londres: a *Pop-Art*. Esse movimento artístico ganhou força em Nova York, seu principal palco, onde encontramos seu representante icônico, Andy Warhol.

Para dar início aos questionamentos do que foi esse movimento, vamos introduzi-lo, primeiramente, através do seu nome. A junção das palavras *Pop-Art* para designar o movimento artístico atribui características previamente estabelecidas pelo sentido de cada palavra isoladamente. O adjetivo *Pop*, segundo o Dicionário de Cambridge, é utilizado para descrever aquilo que é “do gosto de muitas pessoas e fácil de compreender”. O substantivo *Art*, segundo o mesmo dicionário, diz respeito à atividade de “produzir objetos, imagens, músicas e etc. que são belos ou que expressam sentimentos”. Vale ressaltar que ao buscar o sentido de cada palavra, utilizamos o original em inglês, logo as definições foram encontradas, igualmente, na língua inglesa. Através de ambas as definições, encontramos uma, possível, definição geral para o movimento artístico. A *Pop-Art*, é uma forma de produzir imagens, músicas, objetos e etc. capazes de transmitir alguma ideia de beleza e sentimento, o qual é de gosto popular e de fácil compreensão.

Entretanto, essa definição genérica do que é a *Pop-Art* não nos apresenta a ideia total do movimento artístico. De fato, levanta uma contradição entre *Art* e *Pop*. Como um objeto artístico, que carrega consigo a visão de mundo de um artista, seus conflitos e experiências, pode não só cair na graça geral, como também ser de fácil compreensão? Esse conflito estabelecido pelo movimento artístico será retomado durante o trabalho.

Quando traduzido para a língua portuguesa, a *Arte Popular* ganha novos contornos. Contornos esses, não só definidos pelo seu nome, mas pela condição sociopolítica do Brasil, muito diferente das condições americanas.

O termo *popular*, segundo o Dicionário Aurélio, diz respeito a tudo quanto é “do, ou próprio do povo, ou feito por ele; simpático ao povo; vulgar, trivial; homem do povo”. Em

contraponto com a definição do *Pop*, notamos que o adjetivo *popular* pode caracterizar aquilo feito pelo próprio povo, enquanto que o adjetivo *Pop* não está relacionado aos fazeres do povo, apenas ao gosto.

O Dicionário Aurélio (1999, p. 204) define o substantivo *arte* da seguinte forma, “atividade que supõe a criação de sensações ou de estados de espírito de caráter estético, carregados de vivência pessoal e profunda, podendo suscitar em outrem o desejo de prolongamento ou renovação”. A descrição encontrada para o substantivo *arte* vai de encontro à definição de *art*, quando ambas as definições relacionam o produto da arte, a obra artística com emoções, vivência pessoal, sentimentos. Entretanto, mesmo que o termo *Arte Popular* seja mais abrangente no contexto brasileiro, não remete ao mesmo movimento artístico norte-americano.

A *Arte Popular* é a expressão do folclore brasileiro, da cultura popular brasileira, seus artistas são artesões, são pessoas sem formação artística acadêmica. Paralelamente, os herdeiros da *Pop-Art* no Brasil utilizam símbolos do mercado consumidor, como a Coca-Cola e Roberto Carlos, como fazia Andy Warhol, mesmo que com motivações diferentes. São artistas que possuem formação estética, capazes de reproduzir, através de suas obras, o estado atual da sociedade no qual estão inseridos.

Realizadas essas ponderações, podemos refletir acerca da relação que há entre *Pop-Art* e a sociedade em que foi engendrada. Um movimento artístico que se utiliza de objetos referentes à sociedade de massas, objetos comuns, “simpáticos ao povo”. Logo, há um momento de segregação no mundo artístico. Saímos de um movimento que tinha como característica as inquietações dos artistas, que eram extremamente pessoais e subjetivas – o Expressionismo – e entramos em um novo movimento, onde o motivo pode ser encontrado nas roupas, naquilo que bebemos ou comemos ou, até mesmo, naquilo que assistimos na TV. O objeto/tema apropriado pelo artista, agora, é palpável.

Esses temas eram os quadrinhos e revistas ilustradas; anúncios e embalagens de toda espécie; o mundo do espetáculo popular, incluindo o cinema de Hollywood, a música popular e feiras de amostras, parques de diversões, rádio, televisão e tabloides sensacionalistas; bens de consumo duráveis, principalmente refrigeradores; carros; estradas e postos de gasolina; alimentos, especialmente cachorros-quentes, sorvetes e tortas; e por último, mas não menos importante, o dinheiro (WILSON, 1975).

Durante o período histórico abordado por esse trabalho, final da década de 1950 e ao longo da década de 1960, está bem estabelecido, na América do Norte, o modelo fordista de produção, que com o fim da 2ª Guerra Mundial foi implantado, também, na Europa Ocidental. Esse modelo criado por Henry Ford utilizou os anos do pós-guerra, em que a Europa estava devastada e importava muitos dos suprimentos que necessitava dos EUA, para alavancar a produção. O trabalhador não necessariamente deveria ser especializado, estava submetido a movimentos repetitivos, trabalhava em favor de uma esteira de produção e, muitas vezes, não sabia o que produzia, fora se transformando em um trabalhador alienado e robotizado. Com essas características de trabalho presentes em muitas indústrias, foi possível produzir cada vez mais, barateando o preço do produto no mercado.

Aliado a essas características de trabalho havia o Estado de bem-estar social teorizado por Keynes². Quando adotado pelas mãos do Estado, as medidas de bem-estar social disponibilizariam maior seguridade social para os indivíduos daquela sociedade, como, melhoria nas áreas de saúde e educação, além da construção de estradas e aumento da frota rodoviária. Todos esses benefícios viriam acompanhados ainda pela diminuição das horas de trabalho e aumento dos salários. (HARVEY, 2006).

Está montado o quadro socioeconômico da época. Há um aumento do poder de compra dos trabalhadores, coincidindo com maior tempo disponível, além dos preços baixos de produtos em grande quantidade. Este ciclo legitimado pelo Estado liberal americano incentivou o fortalecimento do consumismo retratado – e, possivelmente, criticado – pela *Pop-Art*.

Essa possível crítica, citada no parágrafo anterior, era concretizada através das re-significações das propagandas. Pois, com a grande quantidade de produtos diversos disponíveis a preços cada vez mais acessíveis a classe média, deve-se investir em um meio para que o público alvo ao qual eles se destinam venham consumi-los rapidamente, possibilitando a maior produção. Esse meio será a propaganda. Apropriadas pelos artistas do movimento, as propagandas, uma vez re-significadas, ganharam o rótulo de arte, carregadas de críticas a uma sociedade massificada pelo consumo.

² Economista britânico que, entre outras teorias, defendia a intervenção do Estado em todas as esferas da sociedade.

Todas essas características históricas são processadas em um período de grande avanço tecnológico, que afeta todas as áreas da sociedade. O âmbito artístico também está inserido. Essas transformações não alteram, apenas, o produto final do artista, mas também, como a obra é produzida. Suas ferramentas são transformadas, aprimoradas, são criadas novas técnicas de impressão, reprodução e etc. Todas essas características engendradas pela transformação tecnológica contribuem para uma modificação no mundo da arte. (BENJAMIM, 1992).

Podemos relacionar, conseqüentemente, esse período moderno que surge e afeta diversas áreas da sociedade com o próprio surgimento da *Pop-Art* em ambientes urbanos. Isso porque seu nascimento é datado por volta de 1956 e 1966 em duas das maiores potências mundiais, Inglaterra e Estados Unidos, com Nova York capitalizando parte dos artistas mais expressivos do movimento.

Inserido nessa metrópole em ascensão, e contribuindo para essas mudanças no mundo artístico, está Roy Lichtenstein. Nascido em 1923, em Nova York, começou a pintar como passatempo. Em busca de inspiração e diversão, o jovem Lichtenstein frequentava clubes de jazz. Analisando essas transformações culturais Hobsbawn³ (1996, p. 324) afirma que:

A novidade da década de 1950 foi que os jovens das classes alta e média, pelo menos no mundo anglo-saxônico, que cada vez mais dava a tônica global, começaram a aceitar a música, as roupas e até a linguagem das classes baixas urbanas, ou o que tomavam por tais, como seu modelo. O *rock* foi o exemplo mais espantoso. Em meados da década de 1950, subitamente irrompeu do gueto de catálogos de “Raça” ou “Rhythm and Blues” das gravadoras americanas, dirigidos aos negros pobres dos EUA, para tornar-se o idioma universal dos jovens, e notadamente dos jovens *brancos*.

Ressaltamos que Nova York assume essa característica de grande metrópole cultural a partir da década de 1950. A *Pop-Art* surge durante a mesma década, retratando essa nova realidade social.

2.2 Contexto histórico do Brasil a partir da década de 1960

Enquanto os EUA passavam por um momento de solidificação de sua economia, abrangendo seu domínio político pelo mundo. O Brasil passava por um momento de

³ A Era dos Extremos. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

instabilidade política. Os principais acontecimentos que marcaram o país durante a década 1960 foram a renúncia da presidência por Jânio Quadros (1961), a instituição do parlamentarismo durante o governo de João Goulart e, logo após, a volta ao presidencialismo (1963), além da instituição da Ditadura pelo golpe de 1964. Os militares passaram a governar o país através dos Atos Institucionais⁴. O mais conhecido desses Atos foi o AI-5, o qual concretizou a dominação militar sobre as demais classes da sociedade. Segundo Mário Schmidt (1999, p. 339):

O AI-5 foi o principal instrumento de arbítrio da ditadura militar. Com ele, o general-presidente poderia, sem dar satisfação a ninguém, fechar o Congresso Nacional, cassar mandatos de parlamentares (isto é, excluir o político do cargo que ocupava, fosse senador, governador, deputado e etc.) demitir juizes, suspender garantias do Poder Judiciário, legislar por decretos, decretar estado de sítio, enfim, ter poderes tão vastos como os dos tiranos.

No plano socioeconômico, desde 1950 o Brasil passava por uma modernização em suas indústrias e um acelerado processo de urbanização. Entretanto, durante o regime militar foram tomadas medidas econômicas que acentuaram as diferenças entre as classes. Entre essas medidas está a tentativa de conter a inflação diminuindo a quantidade de dinheiro em circulação. Para isso, a principal medida foi diminuir investimentos na área de serviços públicos, como saúde e educação. Além de conceder aumentos salariais abaixo do valor da inflação. (SCHMIDT, 1999).

O quadro político e econômico da época resultou em diversas formas de protesto e manifestações públicas realizadas por intelectuais, estudantes e trabalhadores. Essas manifestações foram suprimidas através do AI-5, o qual legitimava a opressão militar para defender os interesses do Estado.

No âmbito cultural, surgiam várias companhias de teatro independentes, entre elas TPE, Teatro de Arena, Centros populares de Cultura (CPC) e etc. a maioria compostas por jovens estudantes, engajados em causas políticas. Começava assim a efervescência cultural na sociedade brasileira.

⁴ Decretos emitidos pelo Estado durante a ditadura militar para legitimar suas ações.

Com a repressão, principalmente, sobre as classes populares, restava aos intelectuais da classe média, aos estudantes e artistas a mobilização da sociedade no âmbito cultural. Já que, segundo Carlos Nelson Coutinho *apud* Marcelo Ridenti (2003, p.143) “a esquerda era forte na cultura e em mais nada. (...). Os sindicatos reprimidos, a imprensa operária completamente ausente. E onde a esquerda era forte? Na cultura”.

O principal movimento cultural liderado por essa frente artística ficou conhecido como Tropicália (1968). Formado por músicos da MPB, cineastas do Cinema Novo e artistas plásticos, a Tropicália dialogava com os movimentos de contracultura que ganhavam força mundo afora. Entretanto, possuía características próprias, que refletiam a situação sociopolítica brasileira. Por exemplo, um dos objetivos do movimento era buscar uma identidade puramente brasileira. Quanto a essa busca pela identidade nacional, Helio Oiticica *apud* Marcelo Ridenti (2002, p. 147) diz que, "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 de nossa terra". Logo, essa busca pela identidade nacional encontraria barreiras na forte influência cultural externa, vinda da Europa e dos EUA.

Entretanto havia outra vertente desse movimento de contracultura, não tão engajada na busca pela identidade nacional. Mas, adotava uma "posição anti-Belas Artes, que reivindicava uma arte ligada à reprodutibilidade, ao industrial, à sociedade de massa". (RIDENTI, 2002, p. 147). Note que tal vertente adota características muito próximas a Pop-Art americana. Porém, não podemos esquecer que as obras de arte são produzidas dentro de um contexto histórico-social. Remetem a alguma vivência do artista, o qual está inserido em uma sociedade detentora de características específicas. Logo, as obras produzidas a partir da década de 1960, ligadas a essa vertente do Tropicalismo, irá sim criticar a sociedade de consumo, criticar a industrialização, porém, influenciada diretamente pelo contexto ditatorial.

É nesse contexto que se insere as obras de Cildo Meireles e Nelson Leirner, respectivamente, *Inserções em circuito ideológico: Projeto Coca Cola e Adoração* (Altar para Roberto Carlos). No capítulo 3 realizaremos as leituras dessas obras, inserindo-as no diálogo com a Pop-Art.

Esse capítulo, de contextualização histórica, apresentou um pequeno retrato da situação sociopolítica e econômica das sociedades norte-americana e brasileira. A Pop-Art foi um movimento artístico presente em ambas as sociedades, porém, com funções diferentes, resultado de contextos divergentes. Com as leituras das obras norte-americanas e brasileiras, respectivamente, nos capítulos 3 e 4, geraremos questionamentos a partir das obras, que remetem as características das sociedades na qual foram engendradas e que indicam a visão de mundo de cada artista.

3. A POP-ART NORTE-AMERICANA, SEU NASCIMENTO E SEUS ARTISTAS

3.1 – A Pop-Art de Warhol e de Lichtenstein

Andy Warhol, um dos maiores artistas do movimento artístico objeto desse estudo, apropriou-se da ferramenta da repetição como forma básica de suas obras. Porém, a repetição é, apenas, mais uma das características de suas obras, assim como a re-significação de um objeto. A seguir exemplificaremos essas características através da leitura das obras de Andy Warhol.

Latas de sopas, garrafas de Coca-Cola, notas de *dólar*, animais e celebridades de Hollywood. Todos esses ícones recebem os mesmos tratamentos estéticos quando transformados pelas mãos do artista. A celebridade, o ator, o astro do rock, todos são igualados a uma lata de sopa ou a uma garrafa de Coca-Cola. Para Warhol não há distinção. Quando re-significados em uma tela, a celebridade adquire o mesmo valor comercial que um alimento enlatado.

Esse paradoxo estabelecido por Warhol nos faz questionar o seu próprio lugar como artista. Como Andy Warhol, um artista, coloca-se para a sociedade?

Para dar início aos questionamentos como aquele contido no parágrafo anterior, vamos fazer como Warhol fez, pensar no artista como um ser, um objeto. Um objeto, segundo o dicionário Aurélio, pode ser considerado uma “coisa, peça, artigo de compra e venda”, bem como uma “matéria, assunto, motivo ou causa”.

Ao consultar o dicionário, percebemos que, Warhol, ao igualar a imagem de um artista à imagem de uma lata de sopa, ao tratá-las como objetos comerciais que são – cada um a sua maneira - introduziu novos sentidos a ambas. Pois, o que é a lata de sopa se não um artigo de compra e venda? Entretanto, quando re-significada, essa mesma lata torna-se o assunto, a matéria, como uma celebridade de Hollywood, produto da arte. Porém, a imagem do artista faz o caminho oposto. O que é a celebridade se não o assunto, o motivo,

a matéria? Quando re-significada adquire as qualidades da lata de sopa. Torna-se um objeto de desejo, artigo de compra e venda, uma peça.

Para exemplificar o parágrafo anterior, utilizaremos a obra *Marilyn*, de 1964, e a obra *Campbell's Soup Can*, de 1962.



Figura 1 – *Marilyn*

Fonte: HONNEF, Klaus, 2007, p.15.

Sobre o plano central de uma tela verde-água posiciona-se uma mulher de pele cor de rosa, cabelos curtos, modelados e amarelos, com os lábios vermelhos entreabertos em um quase sorriso, deixando a mostra os dentes branquíssimos. As sobrancelhas finas e arqueadas completam os olhos delicados e caídos pintados de azul. Todas essas características pertencem ao ícone *Marilyn*, obra baseada na atriz Marilyn Monroe, uma das celebridades mais populares do século XX. Logo, tornou-se a estrela símbolo do cinema norte americano, aclamada pelo público durante as décadas de 1950 e 1960. Warhol observava o surgimento dessa estrela. Retratar a fama foi uma das obsessões do artista. Desde roqueiros como Mick Jagger, até figuras políticas como Mao Tse Tung⁵, bastava ser famoso para Warhol retratá-lo. Marilyn Monroe não fugiu a regra. A atriz que, segundo Klaus Honnert (2007, p. 12), “tentou, desesperadamente e em vão, esconder a si mesma de um estereótipo de símbolo sexual loira e boba” foi imortalizada pelas mãos do artista.

Porém, quais são os objetivos do artista ao imortalizar Marilyn Monroe? Por que tamanha obsessão em retratar a fama? Para um artista que estava a todo tempo cercado de celebridades, retratar mais uma delas em um de seus quadros seria uma forma de crítica àquelas pessoas, ou um simples retrato da sociedade de sua época?

Fredric Jameson, em seu livro Pós-Modernismo, compara as obras *Um par de botas*, de Vincent Van Gogh, com *Diamond dust shoes*, de Andy Warhol. Segundo Jameson o par de botas produzido por Van Gogh é uma representação do “mundo objeto da miséria agrícola, da desolada pobreza rural, o mundo humano da labuta rudimentar e opressiva, um mundo reduzido a seu estado mais brutal e ameaçado, mais primitivo e marginalizado” (1996, p. 32). O quadro de Van Gogh, assim como toda obra artística, é o retrato de uma realidade. Tal realidade é descrita como uma denúncia, através da obra, das condições de vida de uma população miserável. Podemos dizer que essa obra possui uma mensagem social.

Entretanto, os *Diamond dust shoes*, de Andy Warhol, segundo Jameson, “não nos dizem absolutamente nada. Nada nesse quadro prevê um espaço, ainda que mínimo, para o espectador, que se confronta com ele no fim do corredor de um museu ou de uma galeria, em toda contingência de um objeto natural inexplicável” (1996, p. 35). Ao confrontar as duas obras, Fredric Jameson compara a visão de mundo de cada artista. Como cada artista

⁵ Político comunista Chinês líder da Revolução da China.

reproduz a sua realidade. Van Gogh destaca a vida sofrida do trabalhador rural enquanto Warhol retrata o mundo da moda da metrópole. Van Gogh faz uma crítica ao mundo do trabalho enquanto Warhol louva o mundo das festas, do luxo, do desejo.

Essas formas antagônicas de representação de uma realidade não devem ser justificadas, apenas, pela distância histórica – *Um par de botas*, 1886 e *Diamond Dust Shoes*, 1980 – mas também pela forma como os artistas liam o mundo ao seu redor. Ambos utilizaram o mesmo elemento de representação para suas obras, porém ambos vivenciaram realidades diferentes.

Van Gogh habitava em uma área rural no final do século XIX. Warhol era habitante de uma metrópole, de um centro cultural em pleno século XX. O primeiro não era provido de recursos materiais, não foi um artista de sucesso em vida, era entregue as suas ilusões e vícios, homem solitário. O segundo foi um publicitário de sucesso antes de ingressar definitivamente no mundo artístico, foi um *Pop Star*, frequentava festas luxuosas, estava sempre cercado de músicos, escritores, artistas em geral. Vidas diferentes. Mundos diferentes. Obras diferentes.

Portanto, quando observamos o contexto no qual uma obra está inserida, podemos notar as características sociais que a compõem. Partimos “da crença arganiana de que a ponte entre a esfera ‘separada’ da arte e a esfera social se ‘constrói’ partindo da esfera artística em direção à social (e não inversamente)” (ARGAN *apud* NAVES, 2002).

Entretanto, principalmente no caso Andy Warhol, não basta observar a obra e estabelecer uma conexão com o momento histórico. Pois, segundo Nathalie Heinich, em entrevista a revista *Machete* em 2010, “não é tanto a arte contemporânea, mas a arte moderna que enfatiza a própria pessoa do artista”. A obra e o artista tornam-se um. “É a vida do artista que se torna a verdadeira obra de arte”. Então, o que foi a vida de Andy Warhol?

O próprio artista responde o questionamento anterior com a seguinte frase: “Se você quer saber tudo sobre Andy Warhol, olhe apenas para a superfície das minhas pinturas e filmes e para mim, lá estou eu. Não há nada além disso.” (WARHOL *apud* HONNEF, 2007, p. 45).

O filme *Retrato Completo de Andy Warhol*, de Chris Rodley (2002), relata a vida desse artista como turbilhão de atividades. Artista plástico, exímio fotógrafo, cineasta e empresário. Warhol, como já exposto anteriormente, possuía um grande círculo de amizades constituído por outros artistas. Logo alcança a fama, não só como artista, mas como personalidade.

Retomando uma das questões propostas anteriormente: Por que tamanha obsessão em retratar a fama? Ora, não se tratava, apenas, de uma obsessão: era com aquela realidade que Warhol lidava. Warhol observava a fama, estava inserido naquele meio. Logo, reproduzia-o. E quando o fazia não se apropriava apenas da imagem da atriz, de sua figura, mas apropriava-se, também, de sua popularidade, de sua fama. Transforma a *persona*-produto Marilyn Monroe na tela *Marilyn*, uma obra de arte comercializável.

Outra característica das obras de Warhol, já citada anteriormente, é a repetição. *Retrato Completo de Andy Warhol* revela o fascínio do artista pela “imortalidade”. Registrar sempre. Repetição, reprodução, acumulação. Repetição como recurso do movimento artístico para falar da sedução do consumo, de um modo de produção que consiste também na multiplicação infinita do mesmo objeto: no Rio de Janeiro ou em Londres, em Dubai ou no Kentucky, todos bebem Coca-Cola.

Primeiro Warhol apropriava-se de um ícone da cultura americana, como a artista anterior, Marilyn Monroe. Em seguida, reproduzia esse mesmo ícone diversas vezes, cada qual com um colorido diverso. O mesmo ícone com uma nova percepção? Ao utilizar a serigrafia⁶, o artista estaria questionando a unicidade do ícone Marilyn Monroe? Para Walter Benjamim (1992, p.79) a constante reprodução de uma imagem nada mais é do que a “libertação do objeto reproduzido do domínio da tradição. Ao multiplicar o reproduzido, coloca no lugar de ocorrência única a ocorrência em massa. Na medida em que permite à reprodução ir ao encontro de quem apreende, atualiza o reproduzido em cada uma das suas situações”. Ou seja, não se trata apenas da questão da unicidade da imagem, mas de uma nova leitura, uma nova percepção a cada nova reprodução.

A imagem, seja ela artística ou não, é um elemento de extrema importância no mundo moderno que está em ascensão durante os anos 1950. Trata-se da expansão da

⁶ Técnica de pintura na qual a tinta “vaza” da tela.

comunicação de massa, difusão da televisão, da imprensa, da propaganda, da popularização de astros de cinema. Cabe à imagem registrar as alterações que estão ocorrendo na sociedade americana, vender ao resto do mundo aquilo que os Estados Unidos tem de melhor. Seus produtos (Coca-Cola, Sopas Campbell's), seus artistas (Elvis Presley, Marilyn Monroe, Elizabeth Taylor), e até mesmo, o *American Dream*, como padrão de vida almejado por todos.

Warhol encontrou na repetição uma ferramenta para retratar aquela sociedade do final da década de 1950 e início de 1960, na qual ele estava inserido. Sociedade tal, fincada em um grande sistema de produção em massa – como já explicitado no capítulo 2 – e, conseqüentemente, no consumo desenfreado. Ou, pelo menos, na tentativa de venda de um objeto qualquer que remete aos padrões de vida americanos.

A obra *Campbell's Soup Can*, de 1962, é composta por 32 latas de sopas, 51 cm x 41 cm, quase que idênticas diferenciadas somente pelos sabores descritos em seus rótulos. A lata de sopa Campbell's, em venda até os dias atuais, é um dos símbolos dessa sociedade estadunidense. Onde tudo – ou quase tudo – pode ser fabricado rapidamente, em grande escala, é de fácil acesso a todos e esteticamente atraente. A repetição compõe essa obra, enfatizando as características citadas anteriormente de uma sociedade massificada e consumista.



As linhas a seguir apresentam a leitura de um dos ícones que compõem a obra selecionada de Andy Warhol, *Campbell's Soup Can (Tomato)*, de 1962. A leitura explicitará os assuntos tratados anteriormente.

Figura 2 - Campbell's Soup Can

Fonte: identidadesolida.wordpress.com. Acessado em 06 de Dezembro de 2012.



Figura 3 – Campbell's Soup Can (Tomato)

Fonte: HONNEF, Klaus, 2007, p.20

A escolha dessa obra em meio a tantas outras se justifica quanto a sua grande reprodução e, também, pela crítica que apresenta. Este é um ícone que é caracterizado pelas marcas do movimento artístico em questão. Trata-se de uma obra que não se restringe, apenas, ao universo artístico, pois, representa um elemento que fora e ainda é comercializado e está entranhado na cultura norte-americana – as sopas Campbell's.

Um fundo branco que possui a sua frente um cilindro colorido, pela metade, por um vermelho⁷ vivo contrastando com a outra metade branca. O nome do produto – Campbell's – é reproduzido com uma caligrafia bem elaborada, idêntico ao produto original, em branco, contrastando com o vermelho vivo da parte superior da embalagem. Esse mesmo processo é observado na parte inferior do cilindro, considerando a inversão das cores, letras em um vermelho vivo inseridas em um fundo branco delimitado por uma simples linha preta que a separa do branco da tela.

A concentração dessas cores, tão opostas entre si, divide a embalagem ao meio. Entretanto, o contraste emitido pelas palavras e seus respectivos fundos chama a atenção do observador para o todo da embalagem, e não, apenas, para uma parte dela. Logo, qual seria o motivo da provocação do artista ao destacar toda a embalagem e anular completamente o plano no qual o ícone está inserido? Por que atribuir tamanha importância ao objeto? Segundo Lambert (1981) “a preocupação com o motivo era tão grande que o fundo foi totalmente eliminado por ser supérfluo”.

Entretanto, o objeto motivo desse quadro é uma lata de sopa Campbell's e, segundo Honnif (2007, p.33), “não há dúvidas sobre o fato que essas pinturas são muito mais expressivas e símbolo reconhecível do *American Way of Life*”, do que os *Diamond Dust Shoes*, do mesmo artista.

Ora, se há tamanha importância em anular o fundo da tela para enaltecer o objeto, por que tal efeito não foi aplicado à obra *Marilyn*, analisada anteriormente?

Marilyn Monroe, antes de ser apropriada por Warhol, já era uma celebridade, era conhecida por todos, porém inatingível na sua condição de estrela. Entretanto, as latas de sopa Campbell's, mesmo que famosas nas suas condições de mercadoria eram objetos

⁷ Cor que remete a fortes emoções e/ou desejos.

banais, de fácil acesso. Logo, quando ambas ocupam o espaço central de uma tela produzida pelo mesmo artista, para retratar uma realidade comum, é necessário que seja aplicado um mecanismo para torná-las objetos-comuns/obras de arte. Esse mecanismo é encontrado na alteração do plano de fundo da tela. Para transformar uma lata de sopa em um objeto de desejo, basta inseri-la em uma tela branca, sem qualquer outra distração que não seja a própria lata. Porém, para transformar uma musa do cinema em um objeto de consumo, basta torna-la tão necessário quanto o fundo de uma tela.

Ao utilizar essas duas ferramentas, a re-significação e a repetição, Andy Warhol rompe com valores de uma cultura dita superior. Agora, os motivos para um quadro não tem origem, apenas, nas inquietações dos artistas, ou no dia-a-dia de uma família burguesa, ou movido por razões religiosas. A obra de arte pode surgir do *kitsch*, do comum, do enlatado. Aliás, o que é a arte se não uma forma de expressão de um indivíduo em seu tempo?

Vale ressaltar que tais características da Pop-Art de Warhol, são alimentadas e alimentam a sociedade norte americana das décadas de 1950-60. Quando transferido para outra sociedade, outro contexto, o movimento ganha outras características, relevantes para aqueles indivíduos.

3.2 – Lichtenstein e a re-significação dos quadrinhos

Roy Lichtenstein foi, juntamente com Andy Warhol, uma das grandes figuras da Pop-Art. Porém, diferentemente de Warhol, Lichtenstein não re-significou inúmeros ícones de seu tempo, mas encontrou nos quadrinhos o seu modo de materializar o movimento artístico.

Segundo Umberto Eco (2006,p.80), o artista que produz histórias em quadrinhos “não pretende, de maneira alguma, que quem a receber a interprete como obra de arte, nem quer que os elementos emprestados da vanguarda artística sejam visíveis e fruíveis como tal. Ele os usa só porque os julgou funcionais”. Entretanto, Lichtenstein, ao apropriar-se desse ícone da cultura americana, faz o caminho inverso daquele previsto por Eco, além de

utilizar uma técnica conhecida como pontos de Benday⁸, que será um elemento importantíssimo para suas obras.

Selecionamos para análise a tela *Obra de Arte*, 1962. A escolha dessa obra justifica-se por conter duas grandes características do artista. São elas: o formato de quadrinho e a aplicação dos pontos de Benday.

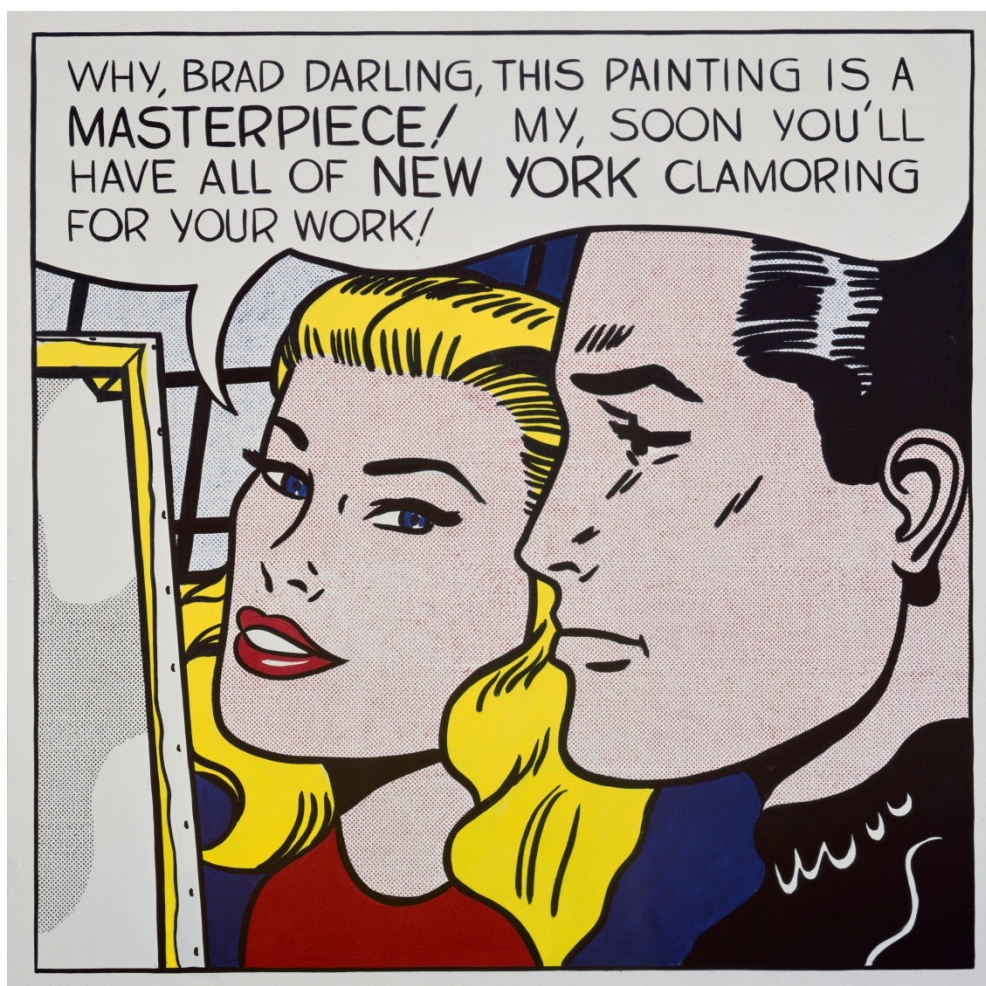


Figura 4 – Masterpiece

Fonte: HENDRICKSON, Janis, 1996, p. 14.

⁸ Técnica de utilização de pontos em uma obra para obter diferentes colorações e sombreamentos.

Um jovem casal ocupa grande parte da tela (137,2 x 137,2) produzida por Lichtenstein. Em frente a ambos há uma tela voltada completamente para os dois, evitando que o observador contemple seu conteúdo. O homem, Brad, mantém seu olhar fixo na obra de arte, com um rosto neutro, sem aprovar ou desaprovar o que vê. A jovem mulher ao seu lado, ao contrário de Brad, não direciona seu olhar para a obra, mas para o observador da obra, no qual ela mesma está inserida.

Brad, com seu olhar entediante e a jovem mulher (não identificada) que nem sequer detém seus olhos na obra, nos levam a questionar a real qualidade da “obra de arte” que os defronta. Será tal obra digna de atenção? Seria o observador mais interessante que a obra? Retomaremos esses questionamentos adiante.

Uma característica das obras de Lichtenstein são as falas de seus personagens incorporadas à obra. Tal característica é uma herança das histórias em quadrinhos. Ao analisar uma história em quadrinhos em seu livro, *Apocalípticos e Integrados*, Umberto Eco (2006, p.145) diz que,

O ballon, mais do que elemento convencional, pertence a um repertório de signos, seria um elemento de metalinguagem, melhor ainda, uma espécie de sinal preliminar, que impõe, para a decifração dos signos contidos em seu interior, a referência a um determinado código.

Nesse caso, a fala contida em um *ballon* pertence a jovem mulher que acompanha Brad. Ela diz: “Ora, Brad, querido, essa pintura é uma **obra de arte!** Logo você terá toda **Nova York** clamando pelo seu trabalho!” Quais códigos estariam em questão nessa fala, referenciando algum tipo de informação ao leitor?

Podemos notar que há duas expressões destacadas no *ballon* original. São elas *Masterpice* e *New York*, respectivamente, “obra de arte” e “Nova York”. A primeira palavra constitui um elemento de metalinguagem, explicitado por Eco. A obra de arte está presente no objeto tela, onde a pintura está contida. Entretanto há um segundo elemento tela, representado na pintura, o qual é o motivo da fala da jovem mulher. O conteúdo da tela representada na obra de Lichtenstein é um mistério para o observador da obra. Porém, segundo a mulher, tal conteúdo é uma obra de arte, que logo o autor – Brad – será objeto de desejo de Nova York.

A referência à Nova York em uma obra metalinguística – ou seja, uma obra que tem como objeto uma outra obra – não é realizada sem motivação. Nova York, como já explicitado anteriormente, durante as décadas de 1950 e 1960, já era uma metrópole consolidada. Centro cultural, financeiro e referência urbana, Nova York concentrava diferentes tipos de artistas e suas tendências. Logo, quando pensamos em Nova York inserida em uma obra de Lichtenstein, podemos atribuir uma perspectiva biográfica. Pois, o próprio artista a partir dos anos 1950, exibe seus trabalhos em Nova York regularmente. Porém não obtém a vendagem necessária para viver da sua arte. Passa a se interessar pelo Expressionismo Abstrato, provavelmente, “estava a tentar ligar-se à corrente dominante no mercado da arte”. Seus novos trabalhos também não chamam muita atenção. Logo, começa a demonstrar interesse por personagens da Disney, propagandas e quadrinhos. Segundo, Janes Hendrickson (1996, p.19)

Os dois filhos de Lichtenstein, nascidos em 1954 e 1956, eram crianças pequenas quando ele começou a fazer desenhos de invólucro de pastilhas elásticas, em finais dos anos cinquenta. Talvez a diversão que estas imagens lhes causavam tenha ajudado o pai a compreender como as figuras simples da banda desenhada se tornaram importantes para a cultura americana.

Outra característica da obra de Lichtenstein é a utilização dos, já citados, pontos de Benday. Essa técnica, presente em inúmeras obras de Lichtenstein, fora criada aproximadamente em 1870 pelo americano Benjamin Day. Segundo Hendrickson (1996, p.45), a utilização dos pontos de Benday nas obras de Lichtenstein revela “o tratamento abstrato dado aos temas figurativos” pelo artista.

Os temas de Lichtenstein são, em sua maioria, personagens da Disney, personagens de histórias em quadrinhos, eletrodomésticos, a guerra, propagandas e uma personagem não identificada, jovem mulher do quadro acima, que fora representada pelo artista de diversas formas, chorando, em êxtase, a esperar por alguém. Esses temas, quando re-significados pelo artista, recebem os pontos de Benday em suas composições.

Logo, podemos construir uma ponte entre o uso dos pontos de Benday e os temas utilizados pelo artista. Retomando a obra selecionada, *Masterpiece*, encontramos a jovem mulher composta pelos pontos de Benday, assim como Brad, parte da tela e do fundo do quadro. Se a intenção de Lichtenstein ao utilizar os pontos de Benday é atribuir certa

abstração ao tema, qual o critério adotado pelo artista na escolha dos elementos que serão compostos pela técnica em questão?

Os três elementos que figuram na tela e são compostos pelos pontos de Benday - as pessoas (artista e observador), a janela e a tela – representam o ciclo artístico reunido em uma única obra. O artista, ao produzir sua obra, necessita de um lugar de divulgação para ancora-la. Esse lugar, provavelmente, será o museu, a casa cultural, lugar onde o observador poderá entrar em contato com a obra. Dessa forma, é estabelecida uma dependência entre esses elementos. Porém, quando Lichtenstein aplica os pontos de Benday nesses elementos, está dizendo que mesmo temas tão importantes do mundo artístico podem ser abstraídos de suas funções primordiais. O leitor da obra e o artista podem figurar no centro de uma tela, enquanto a obra de arte é ocultada. No mundo artístico, os valores atribuídos cada ator podem divergir.

Assim como Andy Warhol transformou o mundo artístico ao atribuir valor a uma lata de sopa, Lichtenstein alimenta essa modificação invertendo os papéis dos atores do mundo artístico através de um quadro e suas técnicas.

Podemos concluir, nesse capítulo, que a Pop-Art norte-americana abriu as portas para uma nova forma de fazer arte. Atribuindo valor aquilo considerado comum, transformando valores tradicionais em novos conceitos. Agora, a vida do artista é a verdadeira obra de arte, enquanto que o comum é o motivo para se fazer arte.

4. POP-ART NO BRASIL: UM OLHAR DA INDÚSTRIA CULTURAL E DA DITADURA MILITAR

Brasil, década de 1960. Como explicitado no capítulo 1, foi uma década de intensos movimentos políticos. Entre os mais importantes desses eventos, podemos citar o Golpe Militar de 1964. Com o Golpe, além da situação política mudar, muitas áreas da sociedade foram afetadas, principalmente, as áreas econômica e cultural.

Ao longo dos anos ditatoriais, a situação sociopolítica fora se tornando cada vez mais perigosa para aqueles que discordavam dos padrões de conduta estabelecida pelo Estado. O Ato Institucional nº5 foi a principal ferramenta de repressão utilizada pelos militares. Através dessa medida, o Estado colocou fim a liberdade de expressão dos indivíduos. Pois, tinha agora o poder de prender, torturar e tornar desaparecidas pessoas que se manifestassem, de alguma forma, contra o governo.

Nem mesmo o âmbito cultural se viu ileso a essas medidas ditatoriais. Muitos artistas foram presos, submetidos à tortura ou mesmo exilados, devido ao conteúdo de suas obras. Uma música, uma tela, um filme que colocavam em xeque os ideais pregados pelo Estado, eram censurados e os artistas presos ou exilados. O artista plástico, Nelson Leirner fora um dos alvos da censura. Pois, Em 1965, uma de suas obras foi retirada da mostra *Propostas 65*.

Entretanto, foi durante a ditadura militar que encontramos grupos de intelectuais, estudantes e artistas engajados em um movimento de contracultura, em busca de uma identidade nacional. Inseridos nesse mesmo movimento encontramos os herdeiros da *Pop-Art* americana. Artistas brasileiros interessados em observar, avaliar e criticar a sociedade de consumo que começava a se estruturar no Brasil (e na qual permanecemos até os dias atuais), sobre o domínio da ditadura. Essa sociedade de consumo não se restringia, apenas, ao ramo alimentício, ou aos eletrodomésticos, carros e indústria têxtil. Mas, é abrangente a tal ponto que culminou na criação de uma indústria cultural brasileira muito forte.

Como um desses herdeiros da Pop-Art, ativo durante os anos de 1960, temos Nelson Leirner, o mesmo que fora censurado em 1965. E, como principal mercadoria dessa

indústria cultural, há Roberto Carlos. Ambos os artistas estavam inseridos nessa efervescência cultural da sociedade brasileira, principiada pelos ideais da Tropicália. Entretanto, Roberto Carlos e Nelson Leirner constituíam polos opostos da indústria cultural. O primeiro, como objeto ou mercadoria dessa indústria, enquanto o segundo, um observador ácido.

Enquanto Roberto Carlos era a nova sensação musical jovem, Nelson Leirner fazia parte de um grupo de artistas críticos quanto aos novos caminhos da cultura nacional. Esse grupo, constituído por Geraldo de Barros (pintor e fotógrafo), Wesley Duke Lee (artista plástico) e Leirner (pintor, desenhista, cenógrafo e professor), tinha por objetivos, declarar

guerra ao mercado de arte, à crítica dominante nos jornais, aos museus, às Bienais e ao próprio objeto artístico, reduzido, segundo eles, à condição de mercadoria. Recuperar o espírito crítico e o caráter de intervenção da arte pela superação dos gêneros tradicionais e pela íntima articulação arte e vida. (Fonte: <www.itaucultural.org.br> Acessado em : 18 de Dezembro de 2012)

Esse grupo de artistas, representantes da contracultura e herdeiros da Pop-Art, se autodenominara Grupo Rex. O grupo atuou com muita força em São Paulo, já que dialogava com questões do mundo moderno, do urbano, assim como a Pop-Art das metrópoles do Primeiro Mundo.

Para melhor retratarmos a situação social e política na qual o Brasil estava inserido e o papel da Pop-Art nessa realidade, estaremos realizando a leitura da obra de Nelson Leirner, *Adoração (Altar para Roberto Carlos)*, produzida em 1966.



Figura 5 – Adoração (Altar para Roberto Carlos)

Fonte: lauradavina.com/blog/tag/brazil/, acessado em 10 de outubro de 2012.

A obra acima faz parte da instalação produzida por Nelson Leirner, em 1966. A instalação denominada *Adoração* é "formada por um painel com oleografias, pintura e néon confinada em um ambiente acortinado circular e precedido por uma catraca". (BRITO e OLIVEIRA, 2009, p. 199).

No centro da instalação está a figura de Roberto Carlos, no auge da sua juventude. Nelson Leirner, assim como Andy Warhol, se apropria de um ícone da cultura, nesse caso, brasileira. O jovem cantor era um símbolo de uma geração urbana da classe média, uma mistura de rebelde sem causa e bom moço. Foi, ao lado de Erasmo Carlos e Wanderleia, apresentador do programa musical chamado Jovem Guarda com apenas 23 anos de idade. Logo, assim como Marilyn Monroe e Elvis Presley eram figuras icônicas do *pop* americano, Roberto Carlos permanece em um lugar de importância na indústria cultural brasileira.

Ao redor do Roberto Carlos de Leirner estão representadas 12 imagens de santos da Igreja Católica. Estaria Leirner problematizando a fama atribuída ao jovem Roberto Carlos? Ao colocar o jovem artista rodeado por santos, estaria questionando o objeto de adoração do povo?

Ao pensarmos na introdução de questões religiosas na instalação *Adoração*, possivelmente, utilizaremos um olhar crítico e ácido. Não remetendo, exatamente, a questões religiosas como fé, milagres e etc. Pois, segundo Moacir Anjos (2003, p. 13):

... a homenagem suposta ao ídolo popular fica no limite exato que a separa da zombaria, da sugestão do ridículo que é cultuar um artista como um santo. É o anúncio claro dessa ambivalência que faz *Adoração* (altar para Roberto Carlos) trabalho exemplar sobre o que, daí por diante, seria operação recorrente na obra do artista: sua disposição para ‘desclassificar’ as coisas do mundo, baralhando os valores (morais, estéticos, patrimoniais) atribuídos a elas...

Como citado anteriormente, a instalação possui a sua frente uma catraca, dessas que dão acesso aos ônibus. Esse objeto, como uma barreira, é instalado em lugares onde é necessário realizar o pagamento de uma taxa pré-estabelecida. Logo, o acesso a um determinado lugar é limitado mediante a realização de um pagamento. O acesso não é livre, não é democrático. No caso da instalação, a catraca fora posicionada em frente à imagem de néon beatificada de Roberto Carlos.

A crítica presente na obra à indústria cultural torna-se mais evidente com a inserção desse elemento limitante. Pois, quem poderá ter acesso ao ídolo, quase uma divindade, Roberto Carlos? Apenas aquele que pagar. Tais questionamento e afirmação caracterizam a indústria cultural.

Quando analisamos o termo indústria, pensamos, automaticamente, em fábricas, em processo de produção, em trabalhadores e etc. Quando esse termo, juntamente com outro chamado cultural, são justapostos – formando o que conhecemos como Indústria Cultural – ganha um novo sentido. No qual, tudo aquilo que está inserido no âmbito da cultura pode vir a ser comercializável. Assim como ocorreu na Pop-Art norte-americana, quando o ícone lata de sopa Campbell’s fora re-significado e transformado em inúmeras telas, ou mesmo quando Lichtenstein utilizou a linguagem dos quadrinhos para expressar a sua visão de mundo. Na instalação *Adoração (altar para Roberto Carlos)*, Leirner faz uma crítica a essa indústria ao inserir a catraca. Ressaltando o caráter comercial do mundo artístico.

Entretanto, o próprio Nelson Leirner apud Gisele Kato (Revista BRAVO!, 2012, p. 46), “pergunta, (...), de que adianta questionar o sistema se esse sistema arranja sempre uma forma de engolir o discurso e comercializá-lo”.

Outro elemento presente na instalação de Leirner é a presença de uma cortina de veludo entre a catraca e a imagem de Roberto Carlos. Essa cortina, juntamente com a catraca, representa uma segunda barreira àqueles que querem se aproximar da imagem do ídolo. Gera, até mesmo, certo receio naqueles que não sabem o que há atrás das cortinas.

O elemento cortina, isoladamente, não representa uma crítica forte à sociedade. Mas, quando associada ao elemento catraca seu potencial crítico aumenta. Pois, quando posicionada de modo a esconder a imagem de Roberto Carlos, a cortina é uma barreira visual que deve ser quebrada. Porém, para realizar essa ação, o observador deve, primeiramente, atravessar a catraca. A única forma de atravessar a catraca, como dito anteriormente, é pagando uma taxa pré-estabelecida. Deve o observador pagar para desfrutar de algo que ele nem sequer sabe o que é?

A crítica que Nelson Leirner faz à Indústria Cultural está presente, não apenas no elemento catraca, mas na junção deste com a cortina. O indivíduo não sabe que tipo de cultura irá desfrutar, mas para descobrir ele paga. De fato, Leirner apresenta uma crítica ácida quanto à mercantilização da arte, permitindo que o observador participe ativamente desse processo ao optar por uma instalação, no espaço da galeria, e não por uma simples tela.

Duas vocações da arte contemporânea já estavam presentes em *Adoração*. A primeira diz respeito a sua necessidade de transformar o espectador em agente ativo e experimentador. A segunda está diretamente ligada à obsessiva tensão entre artistas e instituições de arte. (BRITO E OLIVEIRA, 2009, p. 204)

Seguindo nessa mesma linha de transformação do observador da obra em agente ativo está o artista plástico Cildo Meireles, outro herdeiro da *Pop-Art*. Meireles começa sua produção artística durante a década de 1970, quando o regime ditatorial está plenamente estabelecido. E é, justamente no ano de 1970 que o então presidente Emílio Garrastazu Médici, cria o Departamento de Operações de Informações e o Centro de Operações de Defesa Interna, popularmente conhecidos como DOI-CODI.

Com a legitimação desse sistema de inteligência do Estado, não havia mais limites entre o público e o privado. Agentes do governo infiltravam-se em grupos como escolas, universidades, vizinhanças e etc. para colher informações que fossem ofensivas ao governo

de então. Enquanto o medo fazia parte do cotidiano, a violência, pelo método da tortura, era aplicada de forma banal. (KOSHIBA e PEREIRA, 2003, p. 518)

É nesse contexto sociopolítico que Cildo Meireles apresenta uma de suas obras mais emblemáticas, *Inserções em Circuitos Ideológicos: Projeto Coca - Cola*, de 1970.



Figura 6 – Inserções em Circuitos Ideológicos: Projeto Coca – Cola

Fonte: Anos 70: Arte Como Questão, 2009, p.139.

A obra de Meireles é composta por três garrafas retornáveis de Coca-Cola. A primeira está completamente cheia, a segunda está com o conteúdo pela metade, enquanto que a última garrafa está vazia.

Cildo Meireles, assim como Andy Warhol, apropria-se de um ícone da indústria de massa: a Coca-Cola. Porém, enquanto Warhol simplesmente re-significava as garrafas de Coca-Cola, Meireles realiza uma intervenção nas garrafas. *Yankees go home. Marca Reg. de fantasia. Gerar nas garrafas opiniões críticas e devolvê-las à circulação.* É através desses escritos que o artista realiza as intervenções nas garrafas.

Por que o meio escolhido para tal intervenção foi a garrafa de Coca-Cola? Primeiramente, por ser um produto de fácil acesso a maior parte da sociedade, e por fazer parte da cultura alimentícia da camada urbana. Em segundo lugar, são garrafas retornáveis. Tal característica das garrafas permite a livre circulação de mensagens entre os indivíduos, pois, as garrafas de refrigerante não eram alvos de atenção do sistema de coleta de informação, diferentemente de cartas, telefone e rádio. Além disso, a garrafa por ser retornável realiza um "circuito", passando por diversos setores da sociedade para que esteja apta para o uso, novamente.

Yankees go home é o primeiro dos escritos inseridos nas garrafas. Como herdeiro da *Pop-Art* norte-americana, Cildo Meireles faz alusão aos EUA em sua obra. Porém, tal alusão é uma via de mão-dupla. Pois, ao mesmo tempo em que o artista se apropria de um ícone da cultura norte-americana, que é a Coca-Cola, ele repudia os americanos, mandando-os para casa. Esse paradoxo pode ser interpretado da seguinte forma: Por mais que a cultura norte-americana esteja entranhada em nossa sociedade, que sofre com a repressão, devemos nos despir desses excessos e buscar uma cultura compatível com a realidade brasileira.

Gerar nas garrafas opiniões críticas e devolvê-las a circulação. A última frase inserida pelo artista nas garrafas de Coca-Cola, não só como uma sugestão, mas como uma diretriz que deve ser seguida. Como dissemos anteriormente, Meireles trabalha através de sua obra, a participação ativa do observador. Quando o artista utiliza os verbos "gerar" e "devolvê-las", não especifica uma pessoa em especial. De fato, está se dirigindo aquela pessoa que acabou de adquirir uma Coca-Cola.

Portanto, quando um indivíduo qualquer compra uma garrafa de Coca-Cola, não está adquirindo apenas o líquido, mas também o dever de refletir sobre a sociedade ao seu redor e transmitir suas conclusões através da mesma garrafa. Como uma corrente de opiniões.

Para que tal corrente de informação seja concretizada, é necessário tomar alguma precaução quanto ao estado da garrafa. Três garrafas, três estados diferentes. Com a garrafa completamente cheia é possível que leiamos todas as informações nela contida. Pois, o líquido escuro contrasta com as informações em branco. Já, com a garrafa completamente vazia torna-se extremamente difícil decifrar as informações ao seu redor. Apenas quem

estiver com a garrafa em mãos conseguirá captar as informações. Quando levamos em conta as considerações anteriores, estaremos aptos para inserir em um circuito ideológico as nossas garrafas de Coca-Cola.

Essa obra de Cildo Meireles, assim como a de Nelson Leirner, é carregada de críticas à sociedade de consumo. Porém, *Inserções em Circuitos Ideológicos: Projeto Coca-Cola* traz em si marcas de um período ditatorial muitíssimo rigoroso. A Pop-Art é a ferramenta encontrada pelos artistas brasileiros para transformar em algo artístico a realidade repressora na qual estavam inseridos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando tratamos de um assunto tão expressivo como, no caso, um movimento artístico, não podemos nos colocar em uma posição de expectativas quanto às conclusões. Pois, a leitura de uma obra está relacionada às diferentes vivências de cada indivíduo, que, por conseguinte, está inserido em um grupo social com costumes e culturas próprias. Não estamos tratando de acesso à informação, ou acesso à cultura dita erudita. Mas, se determinada obra irá se realizar como forma de expressão para um grupo de pessoas que não compartilham da realidade na qual a obra fora engendrada.

Logo, o diálogo estabelecido entre a Pop-Art norte-americana e a Pop-Art brasileira passa pela diferença entre as conjunturas sociopolíticas e econômicas de cada nação. Para transformar uma personalidade da cultura brasileira, durante a ditadura militar, em um ícone pop é necessário questionar a finalidade de tal ação. Trata-se de uma arma de cunho coercitivo, alienador, ou uma simples re-significação daquele artista popular? Entretanto, nos EUA, tal questionamento não encontra espaço. São duas nações, localizadas no mesmo continente, que se organizaram de formas distintas no âmbito econômico, político e, conseqüentemente, social.

Por exemplo, os *Diamond Dust Shoes*, de Andy Warhol, apesar de encontrarem força expressiva para os sujeitos da sociedade brasileira, podem não remeter às mesmas possíveis “chaves” interpretativas, pois não estabelecem as mesmas ligações entre o retratado e a realidade do grupo/espectador. Da mesma forma, *Inserções em Circuitos Ideológicos: Projeto Coca-Cola*, de Cildo Meireles, chega ao espectador norte-americano inserido em um contexto de crítica política diferente daquele no qual o espectador brasileiro o lê.

Portanto, por mais que possuam semelhanças quanto à escolha de seus ícones, ou na forma de retratá-los, por mais que a Pop-Art, em ambos os países, transmita uma crítica à indústria cultural, as obras são carregadas dos elementos culturais de cada país e recebidas por diferentes públicos a partir de diferentes perspectivas. O artista sofre a intervenção do meio no qual está inserido, assim como a obra de arte sofre intervenções do artista.

Podemos apontar como uma das principais características da *Pop-Art* o rompimento com os valores tradicionais do mundo artístico. Pois, ao tomar como objeto da representação artística ícones como Marilyn Monroe, Pelé, Roberto Carlos ou uma garrafa de Coca-Cola, o artista da *Pop-Art* mostra-se capaz de produzir um acervo que tem origem em “produtos” da cultura cotidiana. Fugindo dos padrões das Belas-Artes, produzindo o que conhecemos como Anti-Arte. O motivo para uma obra de arte pode ser encontrado em qualquer lugar.

Até mesmo o lugar de exposição da arte fora deslocado. Agora, não só os tradicionais museus abrigam as obras. Surgem lugares alternativos como a Rex Galery, do grupo Rex - mencionado no capítulo 4 – no qual há espaço para novas obras e novos artistas. Entretanto, essa renovação na cultura brasileira fica restrita aos estudantes, intelectuais e à classe média. Não há uma “popularização” das artes no Brasil. Consideramos que, no Brasil, a *Pop-Art* apresenta, algumas peculiaridades quando comparadas com a *Pop-Art* norte-americana e inglesa. A principal delas consiste na carga emocional e na força dos trabalhos brasileiros com nítida conotação política e a contraposição da suposta frieza do *pop* estrangeiro. Segundo o crítico e historiador da arte, Paulo Sérgio Duarte, o lirismo, propositalmente acanhado, de algumas obras brasileiras no tratamento da temática urbana não pode compartilhar do cinismo *pop* que critica a sociedade de consumo avançada.

Nos EUA, o movimento artístico em questão segue padrões legitimados pela sociedade de consumo e pela indústria cultural. No Brasil, a *Pop-Art* ganha outras proporções, outra denominação – Nova Figuração - não só relacionada à crítica à indústria cultural e à sociedade de consumo, mas de proporções políticas que provocaram – e provocam ainda – questionamentos e reflexões. Percebe-se uma relação de influência indireta e independência entre a *Pop-Art* da América estadunidense e a brasileira. O Brasil nos anos 60 se inseria, mesmo que periféricamente, na sociedade de consumo configurando vínculos internacionais através dos meios de comunicação de massa. As possibilidades de reprodutibilidade da obra, a interação entre obra e espectador, a não hierarquia entre alta e baixa culturas e a relação entre arte e política seriam as principais características que marcam a produção artística brasileira e a relação com a *Pop-Art* americana.

REFERÊNCIAS

- ARGAN, Giulio Carlo. Arte Moderna. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- BENJAMIN, Walter. Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política. Lisboa: Relógio D'água Editores, 1992.
- BRITO, Eleonora Z.C. de e OLIVEIRA, Emerson D.G.de. Roberto Carlos no altar de Nelson Leirner. ArtCultura. Uberlândia. V.11. N°19. p, 197-209. Jul.-Dez. 2009.
- CAMBRIDGE DICTIONARIES ONLINE. Disponível em: <<http://dictionary.cambridge.org/>>. Acessado em: 12 de Dezembro de 2012.
- DUARTE, Paulo Sérgio. Anos 60: Transformações da Arte no Brasil. Rio de Janeiro: Editora Campos Gerais, 1998
- ECO, Umberto. Apocalípticos e Integrados. São Paulo Perspectiva. 2006
- FERREIRA, Buarque de Holanda. O Dicionário da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira. 1999
- HARVEY, David. Condição Pós-Moderna. Loyola, 2006
- HEINICH, Nathalie. Machete Interview with Nathalie Heinich. Disponível em: <<http://machetegroup.files.wordpress.com/2011/10/heinich-interview-machete.pdf>> Acessado: 05 de novembro de 2012.
- HENDRICKSON, Janis. Lichtenstein. Alemanha: Taschen. 1996
- HOBBSAWN, Eric. A Era dos Extremos. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- HONNEF, Klaus. Warhol. Los Angeles. Taschen. 2007
- ITAÚ CULTURAL. Disponível em : < <http://novo.itaucultural.org.br/>> Acessado em: 10 de Dezembro de 2012.
- JAMESON, Fredric. Pós-Modernismo. São Paulo: Editora Ática, 1996.
- KATO, Gisele. O homem de 100 mulheres. Bravo!. São Paulo. Editora Abril, 2012. N°182. P, 44-49.
- KOSHIBA, Luiz e PEREIRA, Denise M.F. Historia do Brasil. São Paulo: Atual Editora, 2003.
- LAMBERT, Rosemary. A Arte do Século XX. Circuito do Livro. 1981

RIDENTI, Marcelo. Cultura e política: os anos 1960-1970 e sua herança. P. 133. *In:* Org. Jorge Ferreira e Lucilia de Almeida Neves Delgado. O Brasil Republicano. Civilização Brasileira, 2003.

SCHMIDT, Mario. Nova História Crítica do Brasil. São Paulo: Editora Nova Geração, 1999.

WILSON, Simon. A Arte Pop. Barcelona: Editorial Labor, 1975.

REFERÊNCIAS ICONOGRÁFICAS

LEIRNER, Nelson. *Adoração (altar para Roberto Carlos)*. 1966.

Fonte: < <http://lauradavina.com/blog/tag/brazil/>> Acessado em: 19 de Outubro de 2012.

LICHTENSTEIN, Roy. *Masterpiece*. 1962.

Fonte: HENDRICKSON, Janis. Lichtenstein. Alemanha: Taschen. 1996. P. 14.

MEIRELES, Cildo. *Inserções em Circuito Ideológico: Projeto Coca-Cola*. 1970

Fonte: Anos 70: Arte Como questão. Instituto Tomie Ohtake. 2007.

RODLEY, Chris. Retrato Completo de Andy Warhol. EUA. Magnus Opus. 2002. DVD Video.

WARHOL, Andy. *Campbell's Soup Can*. 1962.

Fonte: <: <http://identidadesolida.wordpress.com.>> Acessado em 06 de Dezembro de 2012.

WARHOL, Andy. *Campbell's Soup Can (Tomato)*. 1968.

Fonte: HONNEF, Klaus. Warhol. Los Angeles: Editora Taschen, 2007. P.20.

WARHOL, Andy. *Marylin*. 1964.

Fonte: HONNEF, Klaus. Warhol. Los Angeles: Editora Taschen, 2007. P. 15.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- ARGAN, Giulio Carlo. Arte Moderna. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- BENJAMIN, Walter. Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política. Lisboa: Relógio D'água Editores, 1992.
- BRITO, Eleonora Z.C. de e OLIVEIRA, Emerson D.G.de. Roberto Carlos no altar de Nelson Leirner. ArtCultura. Uberlândia. V.11. N°19. p, 197-209. Jul.-Dez. 2009.
- CAMBRIDGE DICTIONARIES ONLINE. Disponível em:
<<http://dictionary.cambridge.org/>>. Acessado em: 12 de Dezembro de 2012.
- DUARTE, Paulo Sérgio. Anos 60: Transformações da Arte no Brasil. Rio de Janeiro: Editora Campos Gerais, 1998
- ECO, Umberto. Apocalípticos e Integrados. São Paulo Perspectiva. 2006
- FERREIRA, Buarque de Holanda. O Dicionário da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira. 1999
- HARVEY, David. Condição Pós-Moderna. Loyola, 2006
- HEINICH, Nathalie. Machete Interview with Nathalie Heinich. Disponível em:
<<http://machetegroup.files.wordpress.com/2011/10/heinich-interview-machete.pdf>>
Acessado: 05 de novembro de 2012.
- HENDRICKSON, Janis. Lichtenstein. Alemanha: Taschen. 1996
- HOBSBAWN, Eric. A Era dos Extremos. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- HONNEF, Klaus. Warhol. Los Angeles. Taschen. 2007
- ITAÚ CULTURAL. Disponível em : < <http://novo.itaucultural.org.br/>> Acessado em: 10 de Dezembro de 2012.
- JAMESON, Fredric. Pós-Modernismo. São Paulo: Editora Ática, 1996.
- JOLY, Martine. Introdução à análise da imagem. São Paulo: Papirus Editora, 1994.
- KATO, Gisele. O homem de 100 mulheres. Bravo!. São Paulo. Editora Abril, 2012. N°182. P, 44-49.
- KOSHIBA, Luiz e PEREIRA, Denise M.F. Historia do Brasil. São Paulo: Atual Editora, 2003.
- LAMBERT, Rosemary. A Arte do Século XX. Circuito do Livro. 1981

LIPPARD, Lucy R. A Arte Pop. Editorial Verbo. 1973.

PEREIRA, Lara de Mendonça M. O ready-made de Marcel Duchamp e a Pop-Art de Roy Lichtenstein na resignificação do olhar artístico. 2008. Trabalho de Conclusão de Curso. Fundação Oswaldo Cruz/EPSJV. Rio de Janeiro.

RIDENTI, Marcelo. Cultura e política: os anos 1960-1970 e sua herança. P. 133. *In:* Org. Jorge Ferreira e Lucilia de Almeida Neves Delgado. O Brasil Republicano. Civilização Brasileira, 2003.

SCHMIDT, Mario. Nova História Crítica do Brasil. São Paulo: Editora Nova Geração, 1999.

VICENTINO, Cláudio. História Geral. São Paulo: Editora Scipione, 2007.

WILSON, Simon. A Arte Pop. Barcelona: Editorial Labor, 1975.