

ARTE DE GUERRILHA

VANGUARDA E
CONCEITUALISMO
NO BRASIL



Artur Freitas



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Reitor João Grandino Rodas
Vice-reitor Hélio Nogueira da Cruz



EDITORA DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Diretor-presidente Plínio Martins Filho

COMISSÃO EDITORIAL

Presidente Rubens Ricupero
Vice-presidente Carlos Alberto Barbosa Dantas
Antonio Penteado Mendonça
Chester Luiz Galvão Cesar
Ivan Gilberto Sandoval Falleiros
Mary Macedo de Camargo Neves Lafer
Sedi Hirano

Editora-assistente Carla Fernanda Fontana
Chefe Téc. Div. Editorial Cristiane Silvestrin

Copyright © 2013 by Artur Freitas

Ficha catalográfica elaborada pelo Departamento Técnico do Sistema Integrado de Bibliotecas da USP. Adaptada conforme normas da Edusp.

Freitas, Artur.

Arte de Guerrilha: Vanguarda e Conceitualismo no Brasil / Artur Freitas – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.

360 p.; 23 cm.

Inclui bibliografia.

Inclui índice onomástico.

ISBN 978-85-314-1368-1

1. Arte moderna – Brasil. 2. Arte de vanguarda – Século XX – Brasil. I. Título. II. Título: Vanguarda e conceitualismo no Brasil

CDD-709.81

Para Rosane

Direitos reservados à

Edusp – Editora da Universidade de São Paulo
Rua da Praça do Relógio, 109-A, Cidade Universitária
05508-050 – Butantã – São Paulo – SP – Brasil
Divisão Comercial: Tel. (11) 3091-4008 / 3091-4150
www.edusp.com.br – e-mail: edusp@usp.br

Printed in Brazil 2013

Foi feito o depósito legal

SUMÁRIO

Agradecimentos 13

Prefácio: Impasses da Guerrilha – *Ricardo Nascimento Fabbrini* 15

Introdução 23

 Por uma “Contra-Arte” 26

 Vanguarda e Conceitualismo 30

 Arte de Guerrilha 54

1. O CIRCUITO

Projeto Coca-Cola, de Cildo Meireles 77

 O Artista como Guerrilheiro 80

 Império Coca-Cola: O Museu e o Mercado como Lugares Culturais 86

 A Alegoria da Circularidade ou quando a Arte Volta para Casa 97

 Um Desfecho Possível: A Exposição Nova Crítica 105

2. O PRECÁRIO

Trouxas Ensanguentadas, de Artur Barrio 113

 Barrio Radical: Do Neoconcretismo à Situação Mente-Corpo 117

 Os Objetos-Trouxa 123

 As Duas Situações-Trouxa: Tempo, Evento, Ação 140

 Monumento-Trouxa: O que Sobra da Obra Feita de Sobras 164

3. A PALAVRA

De 0 às 24 Horas, de Antonio Manuel 169

 Trópico-Pop: Antonio Manuel e os Jornais 173

 A Exposição Cancelada 182

 O Suplemento: Problema de Linguagem e Ambiguidade 187

 Para além das 24 Horas: Das Bancas às Galerias 212

4. A VIOLÊNCIA

Tiradentes, de Cildo Meireles 221

 O Título como Intenção: Tiradentes e Preso Político 224

 Estética da Violência: A Morte como Matéria-prima 230

 Objeto, Vivência e Guerrilha: Antecedentes Críticos 244

 Rito de Sacrifício ou a Última Metáfora 253

5. O CORPO

O Corpo é a Obra, de Antonio Manuel 261

 Um Nu fora do Catálogo 264

 Quando o Corpo é a Obra: Antecedentes 269

 Um Fato na Mídia: Repercussões na Imprensa Comum 285

 O Exercício Experimental de Liberdade: Reações da Crítica 294



10. Cildo Meireles, *Inserções em Circuitos Ideológicos: Projeto Coca-Cola*, 1970. Garrafas de Coca-Cola e texto impresso. 18 cm de altura, amostras ilimitadas. Coleção New Museum of Contemporary Art.

Nada é mais essencial a uma sociedade que a classificação de suas linguagens. Mudar essa classificação, deslocar a fala, é fazer uma revolução.

Roland Barthes¹

Projeto Coca-Cola é uma operação circular, uma forma de pensamento ou de consciência voltada sobre si mesma, sobre sua função e seu lugar no mundo. Sua inteligência, baseada numa evidente capacidade autor-reflexiva, é ao mesmo tempo – e por isso mesmo – a denúncia de seus próprios limites.

Em sentido estrito, essa obra não é exatamente um objeto com margens precisas, mas uma proposta de ação, uma estratégia pragmática bastante simples que se dispõe em três atos: a aquisição de garrafas comuns de Coca-Cola; a impressão nelas de mensagens imperativas de teor crítico-ideológico (“*yankees, go home!*”, por exemplo, na figura 11); e a devolução dos cascos com suas novas inscrições ao seu meio circulante usual, o comércio.

Criado em 1970 por Cildo Meireles, *Projeto Coca-Cola* faz parte de uma série poética mais ampla, as chamadas *Inserções em Circuitos Ideológicos* – um conjunto de projetos em que o artista, na década de 1970, repunha em circulação os mais diversos e ordinários objetos, de anúncios de jornais a papel-moeda, sempre com alguma interferência crítica na comunicação habitual. Atualmente consagradas, as *Inserções em Circuitos Ideológicos* feitas por Cildo são geralmente vistas como 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. E isso de algum modo lhe confere ainda hoje um sentido mais extenso, menos datado e que guarda, se for possível falar assim, um certo sabor universal. Seu êxito, portanto, ou a leitura que dele se faz, segue com validade indeterminada.

Dentre as diversas *Inserções*, *Projeto Coca-Cola* talvez seja a mais citada, a mais conhecida, possuindo inclusive uma estatura internacional, o que não é uma informação menor. Destaco a atual e evidente consagração desse trabalho primeiro porque é inevitável que esse aspecto seja um condicionante ativo da interpretação. Mas também e sobretudo porque isso implica uma reconsideração constante das distâncias entre o que se disse (e se diz) sobre a obra, e as intenções estéticas e ideológicas de Cildo naquele ano de 1970.

1. Roland Barthes, *Crítica e Verdade*, São Paulo, Perspectiva, 1982, p. 209.



11. Cildo Meireles, *Projeto Coca-Cola* (detalhe).

O Artista como Guerrilheiro

Àquela altura, aos 22 anos, Cildo vivia um momento de intensa ebulição criativa e já era visto como um dos mais destacados artistas da vanguarda brasileira, ou pelo menos carioca. Em janeiro de 1970, por exemplo, quando Frederico Moraes analisava em retrospectiva a arte dos anos 1960, os nomes de Hélio Oiticica e Cildo Meireles despontavam com segurança: este como o mais importante entre os jovens, aquele como o símbolo maior de nossa vanguarda².

Fora do Brasil desde 1969, a imagem sem concessões de Hélio Oiticica como artista experimental ganhara força nacional desde 1967, quando capitaneou a chamada Nova Objetividade Brasileira, no Rio de Janeiro. Nesse período, portanto, 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 proponente do novo. Era, numa palavra, a referência. Cildo, por seu turno, surgia como a súbita oxigenação, o presente e o futuro, o artista que em um só lance representava tanto a continuidade vanguardista como a prova ou a esperança da regeneração permanente: era “o artista do tipo novo” – como lhe definiu Frederico – “guerrilheiro”³.

2. Frederico Moraes, “A Década, no Brasil e no Mundo”, *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, jan. 1970. No decorrer dos anos 1970, o nome de Cildo foi se firmando no cenário artístico nacional. Já em 1969, aliás, mesmo alguns adversários da vanguarda, como Walmir Ayala e Thomas Cohn, não deixaram de reconhecer os méritos de Cildo no controverso *Salão da Bússola*. Em 1975, Frederico Moraes já se referia a Cildo como “o mais importante artista surgido na última geração dos anos 1960, geração que explodiu com sua ‘contra-arte’ no Salão da Bússola (69), no Rio, e na manifestação Do Corpo à Terra (70), em Belo Horizonte”. E, em 1978, o crítico Wilson Coutinho assim se referia ao artista: “A obra de Cildo é, no nosso meio, um ‘paradigma de certeza’, utilizando aqui a expressão dos cientistas quando encontram enunciados inevitavelmente corretos”. Respectivamente: Walmir Ayala, “Salão da Bússola”, *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 30 out. 1969; Thomas M Cohn, “O Salão da Bússola”, *Jornal do Comércio*, Rio de Janeiro, 30 dez. 1969; Frederico Moraes, “Cildo Meireles: Primeira Abordagem”, *O Globo*, Rio de Janeiro, 16 out. 1975; e Wilson Coutinho, “A Estratégia de Cildo Meireles”, *Arte Hoje*, Rio de Janeiro, n. 13, p. 20, jun. 1978.

3. Frederico Moraes, “A Década, no Brasil e no Mundo”, *op. cit.*

Tal rótulo naquele contexto possuía claras implicações políticas. Ser um “artista-guerrilheiro”, por assim dizer, era algo que ganhava uma densidade incomum naqueles dias. Embora a imprensa não confirmasse, 1969 e 1970, no plano da resistência civil ao AI-5, foram anos-chave para a guerrilha urbana no Brasil – anos em que a reação pelas armas era vista, sobretudo pelas dissidências do Partido Comunista, como uma das poucas alternativas políticas viáveis no país. A ideia da violência como resposta possível tendia a ganhar força e, mesmo no domínio das artes plásticas, artistas como Carlos Zílio e Sérgio Ferro envolveram-se diretamente com organizações armadas de esquerda, algo bastante incomum na história política brasileira.

Assim, quando Frederico Moraes definiu o artista Cildo Meireles como “guerrilheiro”, as ideias de subversão e resistência eram autoevidentes naquela conjuntura. Mais do que isso, o que estava em jogo não era tanto a imagem de revolução em sentido político estrito, belicoso, mas sobretudo a ideia de transformação estética radical – de extensa mutação perceptiva e comportamental. Em última análise, pesava menos a derrubada violenta do poder do que o próprio poder de violentar os julgamentos obtusos, as compreensões calcificadas, os símbolos vazios e os preconceitos servis.

Projeto Coca-Cola não era uma obra comum, mesmo naquela conjuntura de intensa experimentação artística. Seus limites fugidios e sua ironia frente à própria noção de arte e de obra de arte eram expedientes que transferiam para o terreno da experiência estética um determinado sentido de resistência e provocação. A velha acepção de “obra”, inclusive, entendida como um artefato único, estável e valioso, era novamente posta em xeque por proposições como as que Cildo vinha desenvolvendo.

Já no final de 1969, Cildo havia recebido o primeiro prêmio no Salão da Bússola com algumas propostas que exploravam essas questões. Quando, poucos meses depois, Frederico Moraes pronunciou-se mais demoradamente a respeito, ficava evidente que o problema da função e da definição da arte era na realidade a expressão de um problema ainda maior, o do fundamento social dos valores.

Cildo Meireles, que recebeu o principal prêmio do Salão, juntamente com obras anteriores, realizadas com materiais diversos, concorreu com três desenhos. Estes eram simplesmente folhas de papel contendo sugestões, escritas à máquina, para que os espectadores realizassem vários tipos de experiência, como por exemplo, determinar uma área na praia. Não há mais obra. Não é mais possível qualquer julgamento⁴.

Os “desenhos” a que Frederico se refere – na verdade textos datilografados – consistiam numa expedição poética extrema de Cildo, uma de

4. Frederico Moraes, “Contra a Arte Afluente: O Corpo é o Motor da ‘Obra’”, *op. cit.*, p. 49.

suas poucas experiências com a arte conceitual *stricto sensu*, por assim dizer. “Num texto, uma reflexão sobre o tempo”, explicou anos depois o artista,

eu propunha que se fosse a uma praia, fizesse um buraco na areia e esperasse até que o vento o preenchesse. Outro, que se referia ao espaço, era sobre uma esquina de Copacabana, o lugar mais barulhento do mundo, em que às vezes se registravam 120 decibéis ou mais. A ideia era ficar lá, fechar os olhos e tentar ouvir os sons mais distantes, vindos do mais longe possível; delimitar uma área na cabeça a partir dos limites dos ruídos ouvidos. O terceiro texto, sobre espaço-tempo, pedia que alguém não bebesse água por 24 horas e em seguida bebesse, bem devagar, meio litro de água de um copo de prata⁵.

A obra perene e estável era substituída assim por uma proposta poética aberta e imprevisível, uma mera proposição de experiências, uma nova espécie de “obra” talvez. De certo modo, o insólito da proposta premiada de Cildo não deixava de ser um equivalente dos absurdos históricos de então. Diante da empáfia militar e do impasse guerrilheiro, as contradições da arte erigiam-se como um espelho do irracional: uma simples falência do juízo.

Evidentemente, Frederico não era literal quando vaticinava a impossibilidade de qualquer julgamento, pois que ele mesmo ainda guardava consigo um pequeno arsenal de critérios. Na sua lógica, aliás, o silogismo era direto: para um mundo instável e contraditório, o julgamento e a qualidade da resistência teriam de ser igualmente cambiantes. A fixidez das posições predefinidas era uma fraqueza desprezível, e tanto as “verdades” da classe média ascendente como as “certezas” utópicas da esquerda tradicional deveriam ser descartadas. Restava a mobilidade constante, a poética do desvio, a arte como estratégia.

Era chegado o momento, enfim, da cultura como guerrilha.

O artista, hoje, é uma espécie de guerrilheiro. A arte, uma forma de emboscada. Atuando imprevisivelmente, onde e quando é menos esperado, de maneira inusitada (pois tudo pode transformar-se, hoje, em arma ou instrumento de guerra ou de arte) o artista cria um estado permanente de tensão, uma expectativa constante. Tudo pode transformar-se em arte, mesmo o mais banal evento cotidiano. Vítima constante da guerrilha artística, o espectador vê-se obrigado a aguçar e ativar seus sentidos (o olho, o ouvido, o tato, o olfato, agora também mobilizados pelos artistas plásticos), sobretudo, necessita tomar iniciativas⁶.

5. Cildo Meireles em Nuria Enguita, “Lugares de Divagación: Uma Entrevista com Cildo Meireles” (nov. 1994) em *Cildo Meireles*, Valência, Ivam Centre Del Carme, 2 fev.-23 abr. 1995 (catálogo de exposição). Excertos do texto, no original em espanhol, foram traduzidos e republicados em Paulo Herkenhoff et al., *Cildo Meireles*, São Paulo, Cosac Naify, 2000, pp. 136-140.

6. Frederico Moraes, “Contra a Arte Afluente: O Corpo é o Motor da ‘Obra’”, *op. cit.*, p. 49.

As Inserções feitas por Cildo surgiram cerca de dois meses depois da publicação desse artigo, e tinham com ele uma sólida convergência de propósitos. Quando *Projeto Coca-Cola* despontou, em alguma data entre fins de abril e maio de 1970, poucas manobras poéticas da época poderiam confirmar, com tanta clareza, a nitidez da leitura de Frederico Moraes⁷. Considerando-se o calor carioca, não havia “evento cotidiano” mais “banal” que tomar uma Coca-Cola, o que dava à intervenção direta no processo de circulação dessas garrafas uma força estético-ideológica pra lá de “imprevisível” ou “inusitada”. Ocorria ali de fato a transformação do vulgar no incomum. E a imprevisibilidade, agora, bem como o anonimato e a desterritorialização compunham juntos o rol de semelhanças táticas efetivas entre as propostas da vanguarda e as ações da guerrilha.

O artista passava a ser visto como um estrategista que atua nas brechas do sistema, um proponente de ações autorreflexivas, um operador crítico e anônimo que, contando com a cooperação de uma rede de ações clandestinas, reagia com violência frente à falsa neutralidade de circuitos sociais que eram e são, por definição, “ideológicos”.

No caso específico de Cildo Meireles, passados exatos trinta anos, a historiografia seguiu reforçando essa leitura. “A proposta de Cildo em Inserções” – disse o crítico Paulo Herkenhoff num texto de 2000 – “poderia ser comparada, no plano político, à estratégia de guerrilha do líder brasileiro Carlos Marighella: manifestações populares de rua em reação a uma rede de repressão”⁸.

A comparação, em partes, se justifica, e é fértil em sugestões. Se voltarmos, por exemplo, ao início de 1970, veremos que a questão do “artista-guerrilheiro” era simultânea ao processo de mitificação de Carlos Marighella. Tido como “o inimigo número um da ditadura”, o conhecido líder guerrilheiro havia sido assassinado aos 58 anos, em novembro de 1969, em uma emboscada preparada pelos militares⁹. Diante disso, sua “presença” era agora emblemática, tinha considerável poder de influên-

7. Segundo Cildo Meireles, as Inserções surgiram depois de uma mesa-redonda realizada em fins de abril no MAM-RJ. Cildo Meireles em Nuria Enguita, *op. cit.*, p. 19. Embora não mencionado pelo artista, a mesa-redonda fazia parte de um debate público mais amplo – intitulado “Perspectivas para uma Arte Brasileira” – que avançou de abril a maio de 1970 no MAM-RJ.

8. Paulo Herkenhoff, “Um Gueto Labiríntico: A Obra de Cildo Meireles”. em *Cildo Meireles*, *op. cit.*, p. 48. Um ano depois, em 2001, Herkenhoff reiterou essa comparação ao afirmar que uma proposta como a do *Projeto Coca-Cola* “pode ser confrontada com as estratégias de guerrilha desenvolvidas por Carlos Marighella, com ações de rua tomando as condições concretas do tecido urbano, a presença popular e a teia da repressão”. Paulo Herkenhoff, “Cildo Meireles ou o Esquecimento do Brasil”, em *Cildo Meireles: Geografia do Brasil*, Recife, MAMAM, 14 dez. 2001-17 fev. 2002, p. 13 (catálogo de exposição).

9. Marighella foi morto pelo conhecido e temível delegado Fleury. Um breve relato da emboscada pode ser lido em Jacob Gorender, “Assim Mataram Marighella”, em *Combate nas Trevas: A Esquerda Brasileira – Das Ilusões Perdidas à Luta Armada*, 3. ed., São Paulo, Ática, 1987, pp. 171-178.

cia e tendia a ser definitivamente monumentalizada, pois representava, de alguma forma, o ponto máximo de resistência ao autoritarismo¹⁰.

Em abril de 1970, diga-se de passagem, Cildo Meireles radicalizaria a força estética da violência e da guerrilha na ação *Tiradentes: Totem-Monumento ao Preso Político* – uma imolação de animais, espécie de ritual extremo em que o fogo, a morte e a crueldade foram infelizmente literais. Como considero esse evento importante para ampliar nosso entendimento do período, voltarei a ele mais adiante, num capítulo à parte. Por ora, no que diz respeito à aproximação entre vanguarda e guerrilha, cumpre adiantar apenas que é necessário recusar de antemão o componente heroico e mitificador que surge na aproximação entre Marighella e Cildo.

Isso, todavia, não nos impede de perceber que as figuras do militante armado e do artista experimental convergiam em pelo menos um importante ponto comum: o entendimento inquestionável de que tanto a vanguarda quanto a guerrilha não deveriam partir de um espaço táctico previamente demarcado, preestabelecido, em que as forças em conflito se reconheceriam mutuamente. Ao contrário. O próprio Marighella afirmava, em seu *Manual da Guerrilha Urbana*, de 1969, que a “crise estrutural crônica do Brasil” impulsionava o guerrilheiro para uma guerra incomum, “a guerra de guerrilha”, uma forma subterrânea e imprevisível de combate que deveria ser travada segundo “métodos não convencionais”¹¹. No caso da arte, a estratégia prevista pelos críticos ou efetivamente adotada pelos artistas também partilhava, em alguns casos, da crença no poder transformador do inesperado e do choque. Os “lugares” e as “funções” da arte, de suas instituições e agentes não eram mais vistos como estáveis, estáticos ou definidos, e as próprias obras muitas vezes formalizavam essa diluição de parâmetros. Aliás, se recuarmos bem pouco no tempo, veremos que, em menos de três anos, Nelson Leirner já questionara a solidez dos valores da crítica, Lygia Clark testara os limites da arte como experiência sensorial total e Hélio Oiticica incitara o espectador a tornar-se criador, coautor, ou algo assim.

Desse modo, se a instabilidade de valores e a crise de julgamentos estavam na estrutura das relações artísticas, e se em plenos anos de chumbo as artes plásticas de vanguarda assumiam a guerrilha cultural como *modus operandi*, então era agora o próprio campo da arte que

10. “A presença de Marighella”, como certa vez mencionou o sociólogo Florestan Fernandes, “incendiava a imaginação dos jovens e de ampla parte da geração adulta com inclinação radical. Todos queriam limpar o Brasil dessa nódoa e esperavam a oportunidade propícia a manifestações incisivas”. Florestan Fernandes, *A Contestação Necessária: Retratos Intelectuais de Inconformistas e Revolucionários*, São Paulo, Ática, 1995.

11. Escrito em 1969 e publicado pela primeira vez em 1970 com o título “Mini-manual of the Urban Guerrilla”, este texto foi amplamente usado nos anos 1970 como fonte internacional de literatura guerrilheira. Ver Carlos Marighella, *Manual do Guerrilheiro Urbano e Outros Textos*, 2. ed., Lisboa, Assírio & Alvim, 1974.

surgia como um correlato perfeito da tragicidade brasileira, uma arena de suas angústias, um laboratório de operações “não convencionais”.

Absolutamente imerso nesse quadro, Frederico Moraes teve importante papel intelectual quando soube como poucos diagnosticar, sob a forma de analogias, a extensão da fratura que se punha entre arte, política e sociedade. “Na guerra convencional da arte” – disse ele – “os participantes tinham posições bem definidas”.

Existiam artistas, críticos e espectadores. O crítico, por exemplo, julgava, ditava normas de bom comportamento, dizendo que isso era bom e aquilo ruim, isto é válido aquilo não, limitando áreas de atuação, defendendo categorias e gêneros artísticos, os chamados valores plásticos e os específicos. Para tanto, estabelecia sanções [sic] e regras estéticas (éticas). Na guerrilha artística, porém, todos são guerrilheiros e tomam iniciativas. O artista, o público e o crítico mudam continuamente de posições no acontecimento e o próprio artista pode ser vítima da emboscada tramada pelo espectador¹².

A analogia é literal: a arte está para a vanguarda assim como a guerra está para a guerrilha. A ausência de parâmetros seguros implicava uma resposta revolucionária e, portanto, uma perspectiva de reinvenção permanente das manobras do “artista-guerrilheiro”. O vocabulário estético se militarizava à medida que os projetos da luta armada eram aceitos como modelos de atuação. Consolidava-se, enfim, a ideia de que o risco irrestrito constituía a única alternativa consequente de resistência cultural.

Além disso, uma vez assumida essa perspectiva, note-se que boa parte da agressividade ou da eventual arbitrariedade de certas “obras” ganhava agora um sentido menos idiossincrático ou hedonista. Ao politizar seu discurso, a arte assumia uma agenda de compromissos mais amplos, públicos, e tendia a transcender a esfera do mero capricho individual.

Logo, quando Cildo Meireles deu início às suas Inserções em Circuitos Ideológicos, tais projetos já gravitavam numa órbita duplamente revolucionária. Primeiro, havia neles uma preocupação explícita com a linguagem, um diálogo estrito com as matrizes de Duchamp e Oiticica, uma evidente vontade de compressão dos limites daquilo que culturalmente se aceita por arte, um teste mesmo das implicações lógicas e ideológicas dos nossos mecanismos de juízo. Mas, por outro lado, também havia ali uma referência evidente ao universo mais amplo da cultura, um comentário sobre a situação brasileira de dependência econômica e intelectual, um desafio simultâneo à alienação e ao reformismo, uma defesa certa das liberdades civis e das prerrogativas

12. Frederico Moraes, “Contra a Arte Afluente: O Corpo é o Motor da ‘Obra’”, *op. cit.*, pp. 49-50.

democráticas. Agora aplicada à arte, a noção de guerrilha permitia não só a junção desses dois aspectos como fazia dessa própria relação uma questão poética.

Império Coca-Cola: O Museu e o Mercado como Lugares Culturais

Exemplo manifesto dessa dupla condição, *Projeto Coca-Cola* já relacionava em sua própria origem as dimensões estética e política. Quando, 25 anos depois, Cildo Meireles comentou o surgimento dessa obra, ficou evidente não só a imbricação desses domínios como inclusive um entendimento básico da situação política e social brasileira no quadro do capitalismo internacional. Disse ele:

Fui convidado a participar da Information (Museu de Arte Moderna de Nova York, verão de 70) por meio de uma carta de seu curador Kynaston L. McShine (que havia estado no Brasil em 1969 e conheci em 1971 quando fui morar em Nova York por dois anos). Para Information enviei Inserções em Circuitos Ideológicos (abril/maio de 70) compostas de dois projetos: (1) *Projeto Coca-Cola*: gravar nas garrafas informações, opiniões críticas e devolvê-las à circulação; (2) *Projeto cédula*: gravar informações e opiniões críticas nas cédulas e devolvê-las à circulação. Para o catálogo fiz o texto “Cruzeiro do Sul”. Eis o cenário: no centro-síntese da *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, avançando e aprofundando), 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 terceiro¹³.

O primeiro e o segundo pontos são conclusivos na associação direta entre o imperialismo norte-americano, de um lado, e a repressão e o subdesenvolvimento nacionais, de outro. Mas, mais do que isso, juntos eles correspondem a uma parcela importante das motivações políticas de *Projeto Coca-Cola*, lembradas depois de muitos anos pelo próprio artista. O terceiro ponto, por sua vez, ao ancorar as discussões de linguagem num filão de questionamento ontológico da arte e suas instituições, busca

13. Cildo Meireles, “Information 1970/89”, em Paulo Herkenhoff *et al.*, *op. cit.*, p. 108.

situar a obra numa vertente artística contemporânea que tem na figura de Duchamp sua referência de fundação. Justapõem-se, dessa maneira, uma fonte de legitimação situada na história da arte internacional e, por outro lado, uma consciência crítica de marcada orientação geopolítica¹⁴.

Mas a partir daí já é preciso compreender que a dimensão social da ação de Cildo é mesmo indissociável da estrutura de sua linguagem, ou seja, da estrutura inaugurada pela sua própria dinâmica enquanto proposta de arte. Pois quando Cildo Meireles insere frases críticas em objetos comuns e os repõe em circulação, a mensagem, em sentido banal, verbal, só adquire conteúdo plástico-visual à medida que a “obra” é vista como uma totalidade física, um evento material que se constrói no espaço e no tempo, um campo dinâmico de relações entre corpos. Porém, como no caso das Inserções as “relações” são os próprios sistemas de troca (e suas respectivas mercadorias circulantes), resulta daí que é agora a própria linguagem que faz da sua inserção material no mundo um acontecimento político, e não o inverso. Em outras palavras, ao expandir a dimensão crítica da arte para além do território temático ou anedótico, Cildo representa um novo patamar de compreensão da história cultural brasileira, um expurgo de todo resquício didático, populista ou folclorizante – um prolongamento e ao mesmo tempo uma radicalização das propostas de Hélio Oiticica.

Naquele período, havia em Cildo uma preocupação profunda com a definição de coordenadas, de localização, um trabalho refinado com o conceito de espaço. Em suas mãos, a espacialidade do objeto de arte, assunto central na história das vanguardas, passava a incorporar também os problemas dos “espaços” – dos “lugares” – da cultura. “Muito da minha obra” – afirmaria Cildo – “se ocupa da discussão do espaço da vida humana, o que é tão amplo e vago. O espaço, em suas várias manifestações, abrange arenas psicológicas, sociais, políticas, físicas e históricas”¹⁵. E realmente: nas Inserções em Circuitos Ideológicos, a estrutura espacial das obras não se limita somente ao corpo perceptível dos

14. A própria referência a Duchamp tinha para Cildo, já na época, um sentido cultural mais amplo: “Se a interferência de M. Duchamp foi ao nível da arte (lógica do fenômeno), vale dizer da estética, e se por isso preconizava a libertação da habitualidade do domínio das mãos, é bom que se diga que qualquer interferência nesse campo, hoje (a colocação de Duchamp teve o grande mérito de forçar a percepção da Arte, não mais como percepção de objetos artísticos mas como um fenômeno do Pensamento), uma vez que o que se faz hoje tende a estar mais próximo da cultura do que da Arte, é necessariamente uma interferência política. Porque se a estética fundamenta a Arte, é a Política que fundamenta a Cultura”. Cildo Meireles, “Texto Apresentado no Debate ‘Perspectivas para uma Arte Brasileira’”, texto datilografado, folha única, Rio de Janeiro, Museu de Arte Moderna, abr.-maio, 1970. O debate “Perspectivas para uma Arte Brasileira” foi realizado entre fins de abril e começo de maio no MAM do Rio de Janeiro e contou com a presença de Cildo Meireles, que havia acabado de voltar do evento Do Corpo à Terra, em Belo Horizonte, além de Frederico Morais, Jorge Romero Brest, Raymundo Colares, entre outros.

15. Cildo Meireles, “Entrevista a Gerardo Mosquera”, em Paulo Herkenhoff *et al.*, *op. cit.*, pp. 19-20.

objetos apropriados, mas, ao contrário, comporta igualmente as relações materiais e simbólicas que esses objetos mantêm com certos “espaços” da cultura¹⁶.

No caso específico de *Projeto Coca-Cola*, o espaço poético da obra relaciona-se com pelo menos três desses “lugares” culturais: o Museu de Arte Moderna (MoMA) de Nova York, o sistema de circulação de mercadorias e a instituição-arte em geral. O terceiro lugar, a arte enquanto instituição social, é um aspecto importante da obra de Cildo e merece uma explicação à parte, à qual voltarei mais adiante, no próximo item deste capítulo. Já os outros dois lugares – o MoMA e o mercado – acusam as diversas facetas da hegemonia norte-americana e ao fazê-lo formalizam na obra um sentido genérico, embora evidente, de localização cultural.

Imperialismo, colonização e dependência constituíam ali um retrato negativo mas possível das imagens do Brasil. Na obra, tanto a posição cultural dominante do MoMA como a razão instrumental da economia capitalista surgiam como a inversão alegórica das tragédias nacionais. A esse respeito, o comentário de Sonia Salzstein é certeiro: “Obras como as Inserções em Circuitos formalizavam para nós as simbioses entre barbárie e progresso tecnológico e percebiam a miséria e a selvageria nacional não mais como questão local, mas como manifestações periféricas da alienação mercadológica que grassava por toda parte”¹⁷.

Evidentemente há nas Inserções uma exigência poética mais difusa, uma investigação formal e mesmo lúdica do conceito de circuito enquanto prática cultural estabelecida. Num depoimento de 1975, Cildo afirmou que essas obras “surgiram também da constatação de duas práticas mais ou menos habituais. As correntes de santos (cartas que circulam de uma pessoa a outra por meio de uma cópia) e as garrafas de naufragos lançadas ao mar”. Para ele, tais práticas culturais traziam “implícitas a noção de meio circulante, uma noção que se cristaliza mais nitidamente no caso do papel moeda e, metaforicamente, nas garrafas retornáveis (as garrafas de bebida, por exemplo)”¹⁸. Esse impor-

16. Tais “espaços” ou, como prefiro, “lugares” culturais correspondem àquilo que, já em 1978, o crítico Wilson Coutinho nomeou, a respeito de Cildo Meireles, “territorialidade”. “A obra de Cildo” – disse ele – “é tramada não mais sobre uma visualidade do espaço, mas do que podemos chamar *territorialidade*, extensão física, política, social, onde é preciso intervir sem mão e sem espírito, estrategicamente”. Wilson Coutinho, *op. cit.*, p. 21.

17. Sonia Salzstein, “O Prazer da Experimentação”, *Folha de S. Paulo*, 14 out. 2000.

18. Cildo Meireles, “Entrevista a Antonio Manuel”, 1975. Um excerto dessa entrevista foi publicado pela primeira vez em Ronaldo Brito e Eudoro de Souza, *Cildo Meireles*, Rio de Janeiro, Funarte, 1981. É claro que nem todos aceitaram a aproximação entre arte e práticas banais como sendo um aspecto positivo da obra. Para Sérgio Ryff, por exemplo, a associação entre as práticas comuns e as estratégias das Inserções foi entendida como um limitador de originalidade. Segundo ele, o trabalho do artista “consistia em produzir ‘inserções em circuitos ideológicos’, proposição aparentemente complexa mas que na realidade não passava da imposição de inscrições em garrafas

tante aspecto, contudo, não esclarece a escolha específica das garrafas de Coca-Cola como matéria de reflexão poética – e aqui é preciso retomar o MoMA e o sistema de mercadorias como dois importantes lugares culturais previstos na obra de Cildo.

Começemos pelo primeiro. Em 1969, Cildo estava em evidência. Logo no início de janeiro de 1970, Frederico Moraes, nas suas costumeiras retrospectivas anuais, publicava no *Diário de Notícias* três artigos que apontavam Cildo Meireles – o “guerrilheiro que atua imprevisivelmente” – como o mais significativo artista brasileiro de 1969¹⁹. Grande vencedor do Salão da Bússola, já no final desse ano, Cildo chamaria a atenção do importante crítico e curador norte-americano Kynaston McShine, então de passagem pelo Rio de Janeiro. Poucos meses depois, agora em 1970, Kynaston convidaria quatro artistas brasileiros – Hélio Oiticica, Artur Barrio, Cildo Meireles e Guilherme Vaz – para participar de um projeto internacional de amplo alcance: a mostra Information, uma grande exposição coletiva prevista para ocorrer no Museu de Arte Moderna de Nova York. Os quatro brasileiros aceitariam o convite; e *Projeto Coca-Cola* seria uma das obras enviadas por Cildo²⁰.

Information, na história da arte contemporânea, tem hoje um valor quase mítico. Aberta ao público entre 2 de julho e 20 de setembro de 1970, ela foi a primeira grande exposição de arte conceitual do planeta, um dos principais eventos culturais do período e a primeira vez que Joseph Beuys expôs nos Estados Unidos²¹. Grandes nomes da vanguarda internacional de matriz conceitualista lá estiveram, de Jan Dibbets a Joseph Kosuth, de Richard Long a Robert Smithson, passando por Sol LeWitt, Bruce Nauman e Hans Haacke. Mas não era só isso. Tony

de Coca-Cola já vazias que depois eram trocadas por outras cheias de refrigerante – como faz de ordinário qualquer consumidor – devolvendo-as assim ao circuito normal botequim-casa-casa-botequim. Peca no caso a proposta pela total ausência de originalidade. Sabe-se de há muito que tal experiência vem sendo realizada com maior eficácia pelos artistas (autores?) anônimos que costumam rabiscar versinhos pitorescos – e muito mais objetivos – nas notas de dinheiro de pequeno valor, *reinserindo-as nos circuitos ideológicos*, isto é, devolvendo-as à circulação”. Sérgio Ryff, “Cildo Meireles, com Risco de Incêndio, Prova que Tem toda Razão”, *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 27 abr. 1979.

19. Frederico Moraes, “A Década, no Brasil e no Mundo”, *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, jan. 1970; Frederico Moraes, “Revisão/ 69-1”, *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 1 jan. 1970; Frederico Moraes, “Revisão/ 69-2: A Nova Cartilha”, *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 6 jan. 1970. A citação é deste último artigo.

20. Cildo Meireles, que não se encontrou com Kynaston McShine quando de sua vinda ao Rio de Janeiro no final de 1969, acredita que o curador tenha visto, na ocasião, as instruções datilografadas presentes no Salão da Bússola. Cildo Meireles, “Cildo Meireles” (Entrevista a Hans Obrist), em Hans Ulrich Obrist, *Arte agora! Em 5 Entrevistas*, São Paulo, Alameda, 2006, p. 67.

21. Para o historiador Michael Archer, Information foi uma das quatro grandes exposições temáticas da época, junto com a inglesa *Vive na tua Cabeça*, de 1969, a nova-iorquina *Matéria Flexível*, de 1970, e a alemã *Documenta V*, de 1972. Michael Archer, *Arte Contemporânea: Uma História Concisa*, São Paulo, Martins Fontes, 2001, p. 62.

Godfrey, em seu livro *Conceptual Art*, afirmou que Information também se destacou como uma das poucas exposições de arte conceitual que incluíram artistas dos países comunistas e da América Latina, o que por certo potencializava, ao menos para os artistas daqui, uma situação de confronto cultural direto entre a produção artística brasileira e a internacional²².

Anterior a isso tudo, entretanto, vinha a presença consagratória e por isso mesmo impositiva das paredes do MoMA, o maior e mais importante acervo de arte moderna do mundo, uma arena reconhecida de grande exposições internacionais. Fundado em 1929 por um grupo de colecionadores, o museu confundia-se com a história da hegemonia cultural norte-americana e tinha, como ainda tem, uma influência decisiva sobre os juízos de gosto do mundo da arte. Nas mãos da família Rockefeller, o MoMA foi peça fundamental de propaganda cultural em tempos de Guerra Fria e teve forte impacto na América Latina. Celebrou estilos, lançou nomes e movimentos, condenou o realismo socialista e estabeleceu a primeira vanguarda americana. Numa palavra, literalmente escreveu a história: com Alfred Barr Jr., seu primeiro diretor, o museu firmou uma narrativa teleológica, formalista e ainda hoje definitiva da história da arte moderna.

Daí que, frente a esse lugar da cultura mundial, não espanta que *Projeto Coca-Cola* partisse da premissa – tangencialmente antropofágica, aliás – do choque cultural. Nada como contrapor ao MoMA, bastião do expansionismo *cult* norte-americano, uma simples Coca-Cola, o emblema certo do consumo massivo e vulgar – e ao mesmo tempo, não se negue, um símbolo, ou melhor dizendo, uma marca muito, mas muito maior que qualquer museu de arte. Ao confiscar um símbolo extremo do capitalismo sem diluir-se nele, a obra acabou por tornar-se uma presença marcante no meio artístico brasileiro, um exemplo intenso e atualmente bem-sucedido de reversibilidade de sentidos. É evidente que, em si mesma, curiosamente, a estratégia é *pop* e remonta ao espírito de banalização estética de um segmento da vanguarda sobretudo nova-iorquina. “*Yankees, go home!*”, lembremos, tem a facilidade retórica típica de um *slogan* publicitário. Mas, e até por isso mesmo, a referência à desestetização tropicalista é também evidente. Juntos, disse certa vez Celso Favaretto, “*pop* e tropicalismo analisam a sociedade de

22. No original: “Information [...] was one of the very few Conceptual exhibitions that included artists from the Communist countries and from America Latina”. Tony Godfrey, *Conceptual Art*, Londres, Phaison, 1998, p. 210. O próprio Kynaston McShine, curador da mostra, parecia assumir como positiva a descentralização cultural operada no circuito internacional de arte: “It is no longer imperative for an artist to be in Paris or New York. Those far from the ‘art centers’ contribute more easily, without the often artificial protocol that at one time seemed essential for recognition”. Em *Information*, Nova York, The Museum of Modern Art, 1970 (catálogo de exposição).



12. Cildo Meireles, *Projeto Coca-Cola* (detalhe).

consumo e sua forçosa inscrição no circuito de arte”²³. E eis que surge, integralmente, *Projeto Coca-Cola* – com o diferencial de que agora o “circuito de arte” era, ali, em primeira instância, o Museu de Arte Moderna de Nova York. A chance era irrecusável.

Em cada uma das garrafas de refrigerante o artista gravou em processo serigráfico duas ordens de mensagens. Mais direta, a primeira era uma frase seca: “*yankees, go home!*”, centralizada em relação ao logotipo da Coca, impressa em letras brancas vitrificadas e minúsculas²⁴. *Yankee*, ou ianque, era o nativo dos Estados Unidos que deveria – *go home!* – voltar para casa, cair fora. A outra ordem de mensagens, por sua vez, era essa: “INSERÇÕES EM CIRCUITOS IDEOLÓGICOS / 1 – Projeto Coca-Cola / Gravar nas garrafas opiniões críticas e devolvê-las à circulação. C. M. – 5-70”²⁵ (figura 12). Era, enfim, o resumo do projeto artístico, sua descrição-forte. Ou ainda, para ficar nos termos de Gérard Genette, era uma “declaração”, um “sistema de notação” que expunha os elementos pertinentes de uma operação conceitual que, não obstante, se abortava no museu. De importante mesmo restavam a universalidade da crítica, a consideração do MoMA como lugar cultural e, sobretudo, a

23. Celso Favaretto, *Tropicália, Alegoria, Alegria*, 3. ed., São Paulo, Ateliê Editorial, 2000, p. 48.

24. “Tinta branca vitrificada. A mesma tinta que a fábrica usa para imprimir o nome Coca-Cola na garrafa”, explicaria Cildo Meireles, “Quem se desloca recebe, quem pede tem preferência”, *Malasartes*, Rio de Janeiro, n. 1, p. 15, set.-nov. 1975.

25. Em algumas garrafas, a frase impressa é: “INSERÇÕES EM CIRCUITOS IDEOLÓGICOS / 1 – Projeto Coca-Cola / Gravar nas garrafas informações e opiniões críticas e devolvê-las à circulação. C. M. – 5-70”. Na versão em inglês, o texto é o seguinte: “INSERTIONS INTO IDEOLOGICAL CIRCUITS / 1 – Coca-Cola Project / To register informations and critical opinions on bottles and return them to circulation. C. M. – 5-70”. A data constante nas garrafas é sempre maio de 1970 (“5-70”), independentemente da data efetiva de cada impressão.

manobra conceitualista que garantia, no nível da linguagem, tanto uma compreensibilidade estética mais ampla como uma abordagem poética “guerrilheira”, ou seja, exemplar das práticas da vanguarda no Brasil. *Projeto Coca-Cola* jogava com tais ambiguidades e fazia dessa instabilidade geopolítica o seu lugar de enunciação.

Nos primeiros meses de 1970, além do convite para participar de Information, nos Estados Unidos, Cildo também foi convidado pelo crítico Frederico Moraes para fazer parte do evento Do Corpo à Terra, a ser realizado em Belo Horizonte, no mês de abril. Aceitando o convite de Frederico, Cildo aproveitou a viagem de trem entre o Rio de Janeiro e a capital mineira para redigir um texto para a exposição norte-americana²⁶. “Não estou aqui nesta exposição para defender uma carreira e nem uma nacionalidade” – afirmava Cildo, logo na primeira linha do texto “Cruzeiro do Sul”, publicado no catálogo de Information. E prosseguia:

Ou antes, eu gostaria, sim, de falar sobre uma região que não consta nos mapas oficiais, e que se chama Cruzeiro do Sul. Seus primitivos habitantes jamais a dividiram. Porém, vieram outros e a dividiram com uma finalidade. A divisão continua até hoje. Acredito que cada região tenha sua linha divisória, imaginária ou não. Essa a que me refiro chama-se Tordesilhas. A parte leste, vocês mais ou menos conhecem; por postais, fotos, descrições e livros. Mas eu gostaria de falar do outro lado desta fronteira, com a cabeça sob a linha do Equador, quente e enterrada na terra, o contrário dos arranha-céus, as raízes, dentro da terra, de todas as constelações. O lado selvagem. A selva na cabeça, sem o brilho da inteligência ou do raciocínio²⁷.

O Brasil geográfica e historicamente “profundo”, enraizado, extraoficial, mítico e irracional – a “selva” como virtude moral – surgia em oposição aberta ao sentido exótico, falsamente internacionalizado e quase turístico de brasilidade. O “arcaico” nacional, expurgado dos discursos militares e das práticas nacional-desenvolvimentistas, ressurgia como alegoria de resistência. Ao contrário também das alternativas da esquerda tradicional, não havia ali qualquer sombra de nacionalismo míope ou efusivo, pois não havia nenhuma realidade cultural a se conservar de fato: restavam apenas as metáforas de um arcaísmo irrecuperável embora acintosamente avesso à imagem carnalizada dos trópicos. Aliado às Inserções, esse texto de Cildo não perfazia a panaceia do recalçamento brasileiro em solo estrangeiro nem repisava a vitimização típica da inferioridade acusatória, mas problematizava a oposição nacional/estrangeiro na medida em que conciliava, ou pretendia conciliar, vanguarda

26. Cildo Meireles em Nuria Enguita, *op. cit.*, p. 19.

27. Cildo Meireles, “Cruzeiro do Sul”, 1970. O original, em português, foi traduzido para o inglês e publicado em *Information*, Nova York, The Museum of Modern Art, 1970 (catálogo de exposição).

e selvageria, para não falar em vanguarda e subdesenvolvimento. E ao profetizar o casamento perfeito entre mercado e cidadania – poder de compra e liberdade civil –, a Coca-Cola, símbolo maior da democracia norte-americana, funcionava como a mais perfeita anamnese das aflições brasileiras: a lembrança do que não se era²⁸. Assim, frente às margens simbólicas de Information e sobretudo do MoMA, *Projeto Coca-Cola* fez da sua própria inserção nesse lugar cultural um componente ativo de sua formalização interna, ao menos de parte dela, bem como de parte das intenções estéticas e geopolíticas de Cildo Meireles.

Pensemos agora no segundo lugar cultural da obra: o mercado, ou melhor dizendo, os “circuitos ideológicos” – os sistemas de troca e circulação social de mercadorias, aí incluída a circulação de produtos industriais como a Coca-Cola. Em certo sentido, tal “lugar” é simetricamente oposto ao MoMA, ao menos enquanto assunto previsto na obra. No museu, a “obra”, seja como for que a entendermos, só se viabiliza como objeto de contemplação quando retirada de circulação. E no mercado, por outro lado, ela só se viabiliza como eixo de um circuito se arrancada justo de qualquer inércia contemplativa, sobretudo institucional. Em outras palavras, há aqui um paradoxo: um duplo e conflituoso estatuto que no *Projeto Coca-Cola* não só aproxima lugares culturais opostos como inclusive acabará por reforçar um pelo outro, como direi mais adiante.

Por ora, entendamos, didaticamente, a noção de circuito descrita por Cildo em 1973:

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. Depois de beber uma Coca-Cola, você devolve o casco vazio ao comerciante e em troca ele lhe dá uma garrafa cheia. O comerciante envia o casco vazio para a fábrica onde, através de processos automáticos, ele é lavado, desinfetado e torna a ser cheio de Coca-Cola e [é] vendido novamente²⁹.

28. Para o sociólogo Renato Ortiz, não só a democracia norte-americana está em estrita associação com o consumismo como a própria identidade dos EUA origina-se em símbolos da esfera do mercado, como Disney, Hollywood, Coca-Cola. “A memória nacional, para se constituir, não faz apelo aos elementos da tradição (o folclore dos contos de Grimm na Alemanha, o artesanato na América Latina, ou os costumes ancestrais no Japão), mas à modernidade emergente com o mercado”. Renato Ortiz, *Mundialização e Cultura*, São Paulo, Braziliense, 1994, p. 122.

29. Cildo Meireles, “Cildo Meireles: Liberdade para Plagiar”, 1973, em Ronaldo Brito e Heloísa Buarque de Hollanda, “Artes Plásticas no Brasil: Explosão de Mercado e Crise de Criação”, *Opinião*, Rio de Janeiro, n. 54, p. 28, 19 nov. 1973. Em 1975, parte desse texto foi republicada com algumas alterações na revista *Malasartes*. Veja-se um complemento das ideias: “Lá, através de processos automáticos, ele é lavado, desinfetado, e torna a ser cheio de Coca-Cola. Após o que

Para o artista, o mercado e o respectivo comércio de mercadorias – os “circuitos descentralizados”, nas suas palavras – eram sistemas sociais *a priori*. Circuitos massivos, urbanos, anônimos e industriais: matéria-prima para o artista-guerrilheiro. “Então” – explicava Cildo – “a ideia inicial era a constatação de ‘circuito’ (natural) que existe e sobre o qual é possível fazer um trabalho real. Na realidade, o caráter da inserção nesse circuito seria sempre de contrainformação”³⁰. Ali, o plano, o projeto, a possibilidade de intervenção nesses “circuitos”, era muito simples: “Inserções em circuitos ideológicos neste caso: gravar opiniões críticas e informações nas garrafas de Coca-Cola e devolvê-las à circulação”³¹.

Em agosto de 1971, no primeiro artigo crítico importante publicado na grande imprensa sobre as Inserções, a crítica Aracy Amaral privilegiou o aspecto combativo do projeto. “Seus trabalhos mais recentes”, disse ela, em referência a Cildo,

resultaram numa série de experimentações de “interferência em circuitos”. [...] Trata-se de trabalhos realizados com garrafas de Coca-Cola, com notas de dinheiro e em anúncios classificados. No caso das garrafas de Coca-Cola, a experiência consistia na aquisição de determinadas garrafas, que marcava com um processo de estampagem, explicando seu objetivo e devolvendo-as ao seu circuito natural de circulação (do caminhão de entrega ao bar, do bar ao usuário, do usuário ao caminhão, do caminhão ao depósito, do depósito à fábrica, da fábrica ao depósito, do depósito ao caminhão, repetindo-se o circuito), colocando um momento de perplexidade na engrenagem aceita do sistema, ou seja, para quem recebe uma garrafa marcada [...] esse momento pode – e visa a – levar a uma reflexão e possível contestação do mesmo, rompendo o automatismo. Esse seu trabalho insere-se, evidentemente, na posição marcusiana de demonstração das contradições da realidade circundante³².

Para Aracy Amaral, portanto, a ação de Cildo era um expediente clandestino, inusitado, de “emboscada” perceptiva, na exata medida em que, “dissolvida” no circuito de consumo, convocava o anonimato das reações imprevistas.

essa garrafa cheia é novamente enviada para o comerciante, que a venderá a outra(s) pessoa(s). Assim, sempre que você compra e bebe uma Coca-Cola e devolve o casco vazio ao comerciante, você está, por meio deste ato, criando e alimentando este circuito. Você e outras milhares de pessoas que também bebem Coca-Cola”, em Cildo Meireles, “Quem se Desloca Recebe, Quem Pede Tem Preferência”, *op. cit.*, p. 15.

30. Cildo Meireles, “Entrevista a Antonio Manuel” (1975), *op. cit.* Em uma entrevista mais recente, Cildo confirmou algo próximo a essa ideia ao sugerir que nas Inserções o “método de ação” é “um bom método que consiste em descobrir uma falha no sistema, a fim de usá-la para espalhar a contrainformação”. Cildo Meireles, “Cildo Meireles” (Entrevista a Hans Obrist), *op. cit.*, p. 72.

31. Cildo Meireles, “Quem se Desloca Recebe, Quem Pede Tem Preferência”, *op. cit.*, p. 15.

32. Aracy Amaral, “Reflexões: O Artista Brasileiro II e uma Presença: Cildo Meireles”, *O Estado de S. Paulo*, 22 ago. 1971.

Além disso, fora essa afirmação da arte como tomada de assalto dos valores cotidianos, ordinários, havia ainda em Cildo, particularmente no *Projeto Coca-Cola*, uma postura questionadora da modernidade como um valor e do progresso como um fim em si mesmo. Como foi dito, no contexto do Museu de Arte Moderna de Nova York, a Coca-Cola ajudava a testar – na verdade, “confirmar” – os limites da autoridade cultural dos Estados Unidos. Agora, pensada no interior do sistema de trocas como lugar cultural, a mesma Coca-Cola alegorizava a hegemonia econômica norte-americana, para daí extrair, não sem ironia, um retrato possível das injustiças do capitalismo, incluindo todo o regressivo quadro histórico brasileiro. Desenvolvimento industrial, imperialismo ianque, progresso tecnológico, *fast-food* e publicidade massiva: tudo era Coca-Cola, essa festa do consumo, e havia ali uma leitura especialmente negativa – talvez apocalíptica mesmo – desse universo, uma tentativa de neutralização poética ou de conversão crítica de sua ideologia. Havia, numa palavra, um fundamento basicamente utópico.

A ideia de circuito econômico, social, portanto – este nosso segundo lugar da cultura –, tinha para Cildo um sentido forte: era uma espécie de aproximação menos abstrata e mais tangível com o monstro fantasmático da modernidade – uma forma de torná-lo presente, nem que por instantes, através daquelas tolas garrafas, todas tão absurdamente banais. Operar sobre elas, ativá-las com certa subversão lúdica ou infantil, consistia num modo de poetizar o “absoluto”, como diriam os antigos – uma formalização estética possível do próprio dilema do moderno: a onipresença do capital. Exemplo do embate entre vanguarda cultural e periferia socioeconômica, *Projeto Coca-Cola* lançou-se sobre as contradições do moderno num duplo movimento: ora assumindo sua inteligência fabril, ora lhe opondo o improviso típico da miséria.

No primeiro movimento, a obra nos coloca o problema da fatura artística como “transformação” material do mundo. Nesse caso, a intervenção das mãos ou do corpo de Cildo na obra é mínima e nem sequer determinante, uma vez que a realização da obra, de sua estratégia, independeria em tese do contato físico do artista com as diversas etapas do projeto (embora realmente só “em tese”, que fique bem claro). Partindo da questão do *ready-made*, Cildo, a princípio, inverteu a equação duchampiana: não carregou produtos industriais para o campo da arte, mas, ao contrário, deslocou propostas de arte para o mundo da indústria³³. É claro que, agindo desse modo, *Projeto Coca-Cola* acabou por

33. Há aqui, na realidade, uma dupla inversão de Duchamp: a primeira, mais importante, consiste em carregar a obra para o circuito industrial, acabo de dizer; mas há ainda uma segunda inversão, esta mais genérica e recorrente nos anos 1960, que consiste em apropriar-se de objetos *ready-made* mediante um “interesse” explícito (no caso, um interesse “político”), ao contrário do conhecido “desinteresse” que Duchamp dizia estar na base de suas escolhas – em que pese a ingenuidade psicanalítica desta concepção. A primeira inversão foi notada inicialmente pelo

incorporar, ao menos em potência, uma escala de produção anônima, repetitiva e baseada numa nova divisão de trabalho. “Acho que se deve pensar e interferir dentro do circuito industrial existente”³⁴ – diria o artista, para quem essa espécie de paródia do trabalho alienante continha a semente de uma resposta ao próprio processo de alienação. Para ele, era necessário alcançar

uma neutralização da propaganda ideológica original (da indústria ou do Estado), que é sempre anestesiante. É uma oposição entre consciência (inserção) e anestesia (circuito), considerando-se a consciência como função da arte e anestesia como função da indústria. Porque todo circuito industrial normalmente é amplo, porém alienante (alienado). A arte teria uma função social e teria de ser mais ou menos densamente consciente. Maior densidade de consciência em relação à sociedade da qual emerge. E o papel da indústria é exatamente o contrário. Tal como existe hoje, a força da indústria se baseia no maior coeficiente possível de alienação. Então as anotações sobre o projeto Inserções em Circuitos Ideológicos opõem precisamente a arte à indústria³⁵.

Os circuitos industriais e mercadológicos, portanto, eram tidos como alienantes tanto porque anestesiavam a consciência das relações sociais quanto difundiam a ideologia do produtor. Em oposição a esse quadro de anestesia geral, a arte surgia como um mecanismo de reestetização das práticas cotidianas, ou seja, de ativação dos julgamentos reflexivos sobre a experiência vivida – muito embora isso não se estendesse para qualquer forma de arte. Se, por exemplo, no plano do discurso, Cildo opunha abertamente a selva ao mundo corrompido dos arranha-céus e dos plásticos³⁶, é preciso notar, contudo, em obras como *Projeto Coca-Cola*, que tal oposição não restabelecia uma ideia romântica de arte ou de subjetividade criadora. Ao contrário: ao mundo alienado da indústria, a obra propunha, justamente, uma inteligência estética industrial.

A exatidão técnica e formal era evidente. Havia ali uma delicada economia de meios no nível do objeto apropriado – a conhecida garrafa de Coca-Cola, com seu *design* característico baseado na noz de cola – e na qualidade da intervenção do artista – a diagramação planejada e o decalque cuidadoso dos tipos brancos. Havia, enfim, um controle aséptico dos procedimentos e uma visível precisão tecnológica. Tais características, diga-se, remontavam a obras anteriores de Cildo Meireles,

próprio artista – Cildo Meireles, “Cildo Meireles: Liberdade para Plagiar”, *op. cit.*, p. 28 – e depois pela crítica: “*Projeto Coca-Cola* [...] é uma prática inversa à dos *ready-made* duchampianos, onde se sacraliza esteticamente um objeto cotidiano, deslocado para o museu” – Wilson Coutinho, “A Estratégia de Cildo Meireles”, *op. cit.*, p. 23.

34. Cildo Meireles, “Cildo Meireles: Liberdade para Plagiar”, *op. cit.*, p. 28.

35. Cildo Meireles, “Entrevista a Antonio Manuel” (1975), *op. cit.*

36. Cildo Meireles, “Cruzeiro do Sul” (1970), *op. cit.*

à clareza de ideias e às investigações rigorosas do espaço já presentes na malha estrutural de alguns desenhos geometrizados de 1967-1969, ou na série Espaços Virtuais: Cantos, da mesma época. A referência à tradição construtiva, contudo, seja por meio de uma possível aproximação com o neoconcretismo, seja em função do tempo vivido em Brasília, mantinha o *Projeto Coca-Cola* numa situação de impasse. De um lado, havia a imersão cultural na situação brasileira de irracionalidade e barbárie, de outro, uma certa ancoragem na fatura positiva de viés construtivo, padronizado e racional.

A solução, ou melhor, a exposição crassa da própria ambiguidade, evidenciava-se na estrutura de *Projeto Coca-Cola* como “obra”. Vista como “objeto”, a obra remontava à civilização da máquina e comportava, assim, uma visualidade industrial, uma precisão construtiva e uma fatura próxima ao *design*. Mas vista como “projeto”, a obra era agora uma operação barata, pobre, improvisada, ao alcance de qualquer um: um inventivo aproveitamento das sobras ou do que estivesse mais à mão, o avesso miserável da sociedade da opulência e do desperdício. Ousado expediente poético, a obra demarcava à sua volta certo contorno geopolítico e remontava, assim, a uma tradição que ia da “Estética da Fome”, de Glauber Rocha, aos *Parangolés*, de Hélio Oiticica, ou aos *Popcretos*, de Waldemar Cordeiro. “Nossa condição de país periférico” – defendia Frederico Morais – “obriga-nos a considerar a *sobra* como uma realidade concreta. Devemos fazer da miséria nossa maior riqueza”³⁷. E assim era.

A Alegoria da Circularidade ou quando a Arte Volta para Casa

Mencionei há pouco que *Projeto Coca-Cola* dialoga – quero dizer, barganha uma parcela de seus significados – com três contextos específicos que denominei “lugares culturais”. Pretendo agora resgatar o terceiro deles: a instituição-arte, ou seja, o museu, a galeria, a crítica de arte, a mídia especializada e, mais recentemente, a curadoria. Ou o conjunto de instituições que possibilitam, no meio de artes plásticas, a interação dinâmica entre produção, circulação e consumo de obras, agentes e valores.

A hipótese é bem simples. Como vimos, *Projeto Coca-Cola* deriva parte importante de sua lógica projetual da ideia de interferência direta nos circuitos de troca de mercadorias. Tal interferência a certa altura é tida como literal e depende da ação política concreta do sujeito, ao que surge uma imagem de aparente distanciamento das regras habitualmente ficcionais do mundo da arte. Em outras palavras, a obra, num primeiro momento, ao trafegar nas veias do corpo social, parece afastar-se da arte e afirmar-se como uma denúncia puramente política. Entre-

37. Frederico Morais, *Artes Plásticas: A Crise da Hora Atual*, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1975, p. 63.



13. Andy Warhol, *Cinco Garrafas de Coca*, 1962.
Tinta polimerizada e tinta de serigrafia sobre tela.
40,6 × 50,8 cm. Coleção particular

tanto, é somente quando *Projeto Coca-Cola* “retorna” ao circuito de arte como informação artística que seus efeitos estético-ideológicos ganham forma alegórica e definitiva. E se chamo essa forma de “alegórica” é porque, entre outras coisas, o próprio retorno à instituição-arte, segundo me parece, já estava previsto no projeto de origem. Sigamos esse caminho.

A certa altura de uma entrevista com Cildo, o crítico Gerardo Mosquera percebe no trabalho do artista a proposta de uma “nova realidade”, um apelo à literalidade, uma tentativa de “ir além da metáfora”. Há ali inclusive uma referência explícita ao efeito “o que você é o que você vê” do minimalismo³⁸. Com essa lembrança, Gerardo nos remete à ideia, basicamente moderna, de que aquilo que uma obra de arte representa – simboliza, metaforiza, alegoriza – é menos importante do que sua presença material no mundo e na percepção. Se formos por aí, contudo, e seguirmos numa marcha sem retorno, logo estaremos próximos daquilo a que Didi-Huberman chamava de “tautologia”: uma postura objetiva que recusa a aura ou qualquer latência do objeto e que insiste em afirmar a identidade manifesta e autoevidente da experiência estética. “Esse objeto que vejo” – afirma o homem-tautológico – “é aquilo que vejo, um ponto, nada mais”³⁹.

Com essa interpretação, confirma-se a obra de Cildo como um gesto radical, uma ação direta na vida material, uma opção pelo espaço da experiência cotidiana em vez de sua simbolização ficcional, alusiva e indireta. Entretanto, note-se que há também aqui, como pano de fundo, uma afirmação implícita de identidade estética geracional, uma ênfase na crueza poética de artistas como Cildo Meireles, Artur Barrio, Antonio Manuel em detrimento das metáforas da geração precedente. “A ge-

38. Cildo Meireles, “Entrevista a Gerardo Mosquera”, *op. cit.*, pp. 17-19.

39. Georges Didi-Huberman, *O que Vemos, o que nos Olha*, São Paulo, Editora 34, 1998, p. 39.

ração anterior à nossa” – afirmaria Cildo, em 1977 – “trabalhava muito em termos metafóricos. Trabalhava com desenhos de pólvora. Uma coisa é a metáfora que, como se sabe, tem sido ao longo dos séculos a arma dos oprimidos. Outra coisa é trabalhar ao nível do comportamento”⁴⁰.

Essa, é verdade, tem sido a principal diferença que normalmente se aponta entre a vanguarda dos anos 1960 e a dos tempos do AI-5: ambas partilhavam uma preocupação política, por certo, mas enquanto a primeira, vinculada à nova-figuração e à arte *pop*, tinha no político um “tema” por tratar, a segunda, ao inverso, pensava a própria prática artística como ideológica – muito embora toda prática o seja, sabemos todos. Evidentemente esses grandes esquemas são cobertos de exceções, mas isso não impede que artistas e críticos tenham feito dessa diferença uma realidade.

Para a *pop*, por exemplo, a sociedade de consumo não só modificou os nossos valores sociais e padrões cognitivos como serviu de mote irônico ao prestar-se como alegoria à banalização do conceito de arte, sobretudo de arte séria, culta. Concebida num contexto de acintoso realismo urbano, não espanta que uma garrafa de Coca-Cola estivesse no eixo de qualquer natureza-morta contemporânea.

Cildo, contudo, como boa parte da vanguarda brasileira, desconfiava da leitura crítica que a *pop* nova-iorquina fazia ou poderia fazer do universo urbano, midiático e publicitário. E mesmo que assim não fosse, obras como *Cinco Garrafas de Coca-Cola*, de Andy Warhol, ainda teriam grandes chances de serem compreendidas, enquanto linguagem, como mera constatação da iconografia de massa. A leitura, aliás, tornou-se comum: “As garrafas de Coca-Cola” de Cildo – afirmou Nuria Enguita – “deixam de ser críticas irônicas da sociedade de consumo para converter-se em portadores de uma ampla estratégia conceitual”⁴¹. Nesse sentido, enquanto *Projeto Coca-Cola* literalmente se apropriava tanto de garrafas de Coca-Cola como de seu meio circulante, a arte *pop* elaborava a repetição anestésica de suas imagens – mas somente de suas imagens, perceba-se.

O mesmo valeria para o influxo da *pop* no Brasil. Quando o paulista-no Cláudio Tozzi, exemplificando, homenageou o guerrilheiro Che Guevara na obra *Guevara Vivo ou Morto*, de 1967, a questão ainda se dava no âmbito mediatizado da imagem, pois havia ali uma transposição de certos expedientes da *pop* para um tema apaixonadamente político. Por certo que, no âmbito dos efeitos ideológicos, a pintura de Tozzi talvez fosse menos inequívoca e mais prontamente compreensível como mensagem – e a prova disso foi o atentado que a obra sofreu nas mãos de

40. Cildo Meireles, em entrevista a Frederico Moraes, “Cildo Meireles Fala sobre o Seu Trabalho até Agora: O Artista, como o Garimpeiro, Vive de Procurar o que não Perdeu”, *O Globo*, Rio de Janeiro, 16 mar. 1977.

41. Nuria Enguita, *op. cit.*, pp. 19-20.



14. Cláudio Tozzi, *Guevara Vivo ou Morto*, 1967. Tinta em massa e acrílica sobre aglomerado. 175 × 300 cm.

grupos de direita. Mas, ainda assim, restava uma diferença fundamental: enquanto obras como essa – como constatou Frederico Morais – transformavam “a imagem heroica de Che Guevara num clichê iconográfico na arte latino-americana”⁴², obras como *Projeto Coca-Cola*, por sua parte, faziam ou pretendiam fazer da própria estrutura poética uma ação política, num típico expediente de “guerrilha cultural”.

Assim, pensada nesses termos, torna-se compreensível que a obra de Cildo Meireles possa ser vista como uma proposta não alegórica, literal, como algo que lida com excertos da vida social e que, nessas condições, vai além da metáfora. Entretanto, vista como projeto tautológico, a práxis de *Projeto Coca-Cola*, afora certo sentido utópico-exemplar, nos impõe um problema de escala e desproporcionalidade: como plano de ação real, claro, o projeto apenas reafirma a onipotência do mercado e da lógica do consumo – e a facticidade tanto da obra como da história (“o que se viu é o que se viu”) é aqui um fardo impiedoso, sim, mas francamente irrevogável. Dizia Cildo: “Minha intenção na época era chegar a uma fórmula que pudesse ter efeito político; e creio que a peça conseguiu. Mas é praticamente impossível concretizar qualquer coisa em escala individual com esse trabalho. Na ocasião, estava muito contente com o projeto porque era ao menos factível, ainda que levantasse a questão da desproporção”⁴³.

42. Parafraseava-se o crítico, em 1978, no texto de Frederico Morais, “Arte e Crítica de Arte nos Tribunais Militares” (1978), em Silvana Seffrin (org.), *Frederico Morais*, Rio de Janeiro, Funarte, 2004, p. 23.

43. Cildo Meireles, “Entrevista a Gerardo Mosquera”, *op. cit.*, p. 12. Mais recentemente, Cildo deixou evidente a sua simpatia com o aspecto ficcional dessa desproporção: “As Inserções... lidam também com a noção de escala da ação: uma simples garrafa de Coca-Cola pode permitir a um indivíduo atingir a macroestrutura. Eu amo essa ficção”. Cildo Meireles, “Cildo Meireles” (Entrevista a Hans Obrist), *op. cit.*, p. 72.



15. A obra de Cláudio Tozzi depois do atentado (detalhe).

Há um desnível evidente entre intenção e efeito, uma falha de proporção que só se vai corrigindo – é um modo de falar – à medida que entendemos o óbvio: que o trabalho foi elaborado não tendo somente em vista os “circuitos ideológicos” em geral, mas sobretudo os “circuitos de arte” em particular, ainda que de uma parcela muito específica destes.

Um dos retornos da obra ao meio artístico se deu, como vimos, no Museu de Arte Moderna de Nova York, justamente numa exposição em que a instituição-arte e o *status* ontológico do objeto de arte foram postos em xeque. O outro importante retorno, simultâneo a *Information*, foi a primeira aparição pública do *Projeto Coca-Cola* em solo brasileiro: a exposição *Agnus Dei*, realizada no Rio de Janeiro.

Em verdade, *Agnus Dei* não foi bem uma exposição, mas uma soma de três mostras individuais e sucessivas realizadas respectivamente por Thereza Simões, Cildo Meireles e Guilherme Vaz na carioca Petite Galerie, entre junho e julho de 1970. Em seu conjunto, *Agnus Dei* surgiu como um grupo de propostas processuais e conceitualistas, uma série heterogênea de reduções estéticas baseadas na desconfiança das totalidades *a priori*, na recusa de qualquer barroquismo formal ou cultural e no enfrentamento das convenções artísticas institucionalizadas. “De extraordinária coesão ao nível ideológico” – o crítico Francisco Bittencourt relembriaria dez anos depois – “essas mostras revelaram no entanto repertórios dissociados, embora tivessem como denominador comum a vontade de enxugar ao máximo a linguagem artística”⁴⁴.

44. Francisco Bittencourt, “Dez Anos de Experimentação” (1980), em *Depoimento de uma Geração: 1969-1970*, Rio de Janeiro, Galeria de Arte Banerj, jul. 1986, sem paginação (catálogo de exposição). A respeito da interação recíproca entre as obras de arte e o espaço expositivo, Rober-



16. *Projeto Coca-Cola* na disposição padrão: três garrafas com diferentes níveis de preenchimento líquido.

Cada um dos três artistas explorou essa questão a seu modo. Thereza Simões, num gesto de assepsia estilística, apresentou telas em branco e com isso acusou um dos limites da pintura numa conjuntura de negação da obra de arte como trabalho transformativo, metafórico e aurático. Guilherme Vaz, mais voltado ao conceitualismo lógico, simplesmente “expôs” alguns enunciados verbais, meros textos datilografados em que “desapropriava” certas datas ou se “apropriava” dos espectadores da mostra. E Cildo, por fim, apresentou dois trabalhos que, num certo sentido, funcionavam como vestígios de projetos recentes: *Tiradentes* – sacrifício de animais que retomarei em capítulo à parte e que ali se registrava com quatro fotografias e mais um poste queimado, feito de madeira – e o próprio *Projeto Coca-Cola* – composto agora de três garrafas de refrigerante, numa disposição que se relacionava com os “espaços” da instituição-arte como lugar cultural.

Surgia, a partir daí, uma diferença importante. Antes, como programa de ação literal, a obra de Cildo diluía suas margens no mundo do comércio, dos sistemas de troca, e passava assim a ser compreendida não como arte, é evidente, mas como um fenômeno de insubordinação social – “uma espécie de *graffiti* móvel”, como afirmou certa vez o próprio artista⁴⁵. Mas agora, apresentada no interior de uma galeria de arte, a obra, enquanto visualidade de um processo elaborativo, só poderia referir-se ao princípio ativo dos tais “circuitos ideológicos” à exata medida que deles se afastasse. Assumindo esse risco, Cildo optou por “referir-se” ao projeto ideológico literal mediante uma determinada estratégia formal: a exposição de três garrafas de refrigerante, nem mais nem menos, sendo uma vazia, uma cheia e outra pela metade.

A ideia de expor simetricamente três garrafas de Coca-Cola com níveis variados de líquido consistia numa forma possível de apresentar, como arte, e com algum didatismo, o “projeto” ideológico ao circuito de vanguarda⁴⁶. Diante do mundo da arte (galeria, galeristas, críticos, artis-

to Pontual destacava, em 1975, o aspecto inovador de Agnus Dei no cenário nacional: “Nunca foram e não têm sido frequentes entre nós as exposições interessadas em ser, elas próprias, enquanto ocupação de espaço, a fonte principal de uma leitura específica. [...] Na absoluta maioria das vezes, o que ocorre é a mera distribuição mais ou menos aleatória de peça a peça no recinto de galerias e museus. [...] Nos últimos cinco ou seis anos lembro-me de raríssimos casos pretendendo essa tática expositiva, entre eles a sequência Agnus Dei”. Roberto Pontual, “Entre a Norma e Ruptura”, *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 20 ago. 1975.

45. Cildo Meireles, “Entrevista a Gerardo Mosquera”, *op. cit.*, p. 13.

46. Não é à toa, portanto, que já a partir de 1970 as fotografias publicadas do *Projeto Coca-Cola* na mídia especializada (catálogos, revistas e colunas de arte) tenham privilegiado exatamente esta formação: um conjunto simétrico de garrafas, normalmente três, expostas frontalmente, cada qual com um nível diferente de refrigerante.

tas), era necessário formatar de algum modo a abstração do sistema de circulação e troca de mercadorias: era preciso, numa palavra, tornar visível, esteticamente visível, uma proposta que remontava justamente à invisibilidade das relações econômicas. Por diversas vezes, por exemplo, Cildo referiu-se ao contraste entre as letras brancas impressas e o tom escuro do refrigerante como um expediente intencional: “a tinta sendo branca só aparece quando a garrafa estiver cheia”, afirmou⁴⁷. A nitidez do contraste entre claro e escuro era uma propriedade física de materiais como a garrafa de vidro, a letra decalcada e o líquido gaseificado. Mas uma propriedade que dependia, contudo, de um processo temporal (o esvaziamento e o preenchimento dos cascos) que por sua vez aludia – mas apenas aludia – à relação entre comércio, indústria e intervenção crítica. Agora devidamente “especializado”, o processo se decompunha como eventualmente se decompõe um plano cinematográfico: em partículas mínimas, estáticas, “fotográficas”. E, dentre estas, apenas três foram eleitas como “etapas essenciais” do processo, cada qual referida por um único “fotograma ideal”, ou, melhor dizendo, um único casco de vidro.

Assim, quando Cildo cuidadosamente expunha três garrafas, cada uma com um nível diferente de preenchimento, ficava evidente certa intenção formalizadora, um conjunto de escolhas que confirmava sim o “projeto” de origem, mas que não se confundia com ele. “A sequência das garrafas em foto ou exposta no museu não é um trabalho” – ponderou o artista: “é uma relíquia, uma referência. O trabalho só existe enquanto estiver sendo feito. O seu lugar é um pouco o do terceiro malabar na mão do malabarista. Está ali num processo de passagem”⁴⁸. Deste modo, funcionando como alegoria das inserções nos sistemas de troca, o trabalho denunciava, de um lado, os limites de intervenção da arte no corpo social. Mas, de outro, agora em pleno circuito artístico, ele passava a ter chances reais de repercutir – artisticamente – como um gesto-exemplar; algo, diga-se de passagem, que ocorreu de fato, se considerarmos a extensa projeção de *Projeto Coca-Cola* no mundo da arte contemporânea brasileira. Já na origem, portanto, enquanto plano de ação crítica e reflexão estética, enquanto projeto idealizado e executado nos idos de 1970, a obra conformou o retorno à instituição-arte como parte de sua inteligência poética e assim pôde, ao assumir a circularidade como sua forma típica, projetar-se como uma alegoria possível dos circuitos sociais⁴⁹.

47. Cildo Meireles, “Cildo Meireles: Liberdade para Plagiar”, *op. cit.*, p. 28.

48. Cildo Meireles, “Roteiro das Obras” (entrevista a Paulo Herkenhoff e Ileana Pradilla, entre 1992 e 2001), em Paulo Herkenhoff *et al.*, *Cildo Meireles: Geografia do Brasil*, Recife, MAMAM, 14 dez. 2001-17 fev. 2002, p. 58 (catálogo de exposição).

49. Esta interpretação tem o efeito de relativizar a leitura recorrente das Inserções em Circuitos Ideológicos como uma obra cujo sentido, aparentemente oposto ao circuito de arte, deriva apenas de sua eventual ação direta no corpo social. Até onde sei, o crítico Wilson Coutinho parece

De qualquer forma, ainda que exposto numa galeria de arte (e ainda que as garrafas expostas não sejam as mesmas que eventualmente ganharam as ruas), o trabalho tendia desde o início a ser interpretado sobretudo como um plano de ação: como um projeto literal que realmente ia além da metáfora. O problema é que, diante disso, a eventual eficácia política transformadora do trabalho tendia a ser vista como desproporcionalmente remota: cheirava a utopia desvairada ou franca impotência – o que, afinal, dava na mesma. E, ao que parece, num certo sentido, não foi outra senão precisamente esta a interpretação que Frederico Moraes, justo ele, fez de Agnus Dei como um todo, e de *Projeto Coca-Cola* em especial.

Sua resposta, veremos agora, foi bem eloquente.

Um Desfecho Possível: A Exposição Nova Crítica

Logo em seguida a Agnus Dei, no dia 18 de julho de 1970, Frederico Moraes abriu, na mesma Petite Galerie, a exposição Nova Crítica, com obras de sua autoria. Era chegado o momento do crítico-criador.

Conectado à problemática cultural de sua época, Frederico compreendia que a “crise da arte”, como ele mesmo a nomeava, era parte de um processo ético-existencial mais amplo de convulsão moral, colapso das opiniões, fluidez dos valores e mobilidade dos juízos. A resposta contracultural, potencializada pela negação de um regime autoritário, incorporava no universo dos comportamentos uma forma voluntária de frouxidão de parâmetros – algo que se estendia à arte, por certo, mas sobretudo à arte de vanguarda. Não que o “vale tudo” tivesse enfim entrado em vigor, até porque esse “tudo” é sempre culturalmente localizado e portanto relativo. Mas é um fato que em geral os círculos de vanguarda tendiam a ver qualquer defesa de imobilidade dos papéis sociais como uma atitude retrógrada, para não dizer regressiva. No campo das artes plásticas, o espectador agora participava, reagia e

ter sido um dos primeiros e principais defensores dessa leitura. Nas suas palavras, as Inserções “exigem do espectador não mais a participação – modelo da experiência neoconcreta – mas a ação que ultrapassa o fluxo da percepção. Nesses trabalhos a consciência age não sobre a experiência advinda da obra, mas do sistema social, onde a obra é denotador de uma visibilidade não perceptível”. E ainda: na obra de Cildo, o “visual” é “uma operação sobre a prática social, [e] a liberação dessa nova visualidade já não é mais controlada pelo museu, nem pela História da Arte. É um saber que se integra ao da comunidade e sua prática transformadora”. Citações nesta ordem: Wilson Coutinho, “Ganha Forma de Livro a Transgressiva Obra de Cildo Meireles”, *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 1981; e Wilson Coutinho, “A Estratégia de Cildo Meireles”, *op. cit.*, p. 23. Na mesma linha, Frederico Gomes, também em 1981, assim iniciava seu artigo: “O trabalho de Cildo Meireles é uma recusa do circuito de arte, um confronto político e ideológico com o modo de produção artística tal como ele está configurado na sociedade capitalista”. Frederico Gomes, “O Território sem Fronteiras da Arte”, *Módulo – Revista de Arte, Cultura, Arquitetura*, Rio de Janeiro, p. 26, jul.-ago. 1981.

então saía de sua passividade histórica, contemplativa. O artista analisava, julgava competências e marcava o mundo com seu crivo, muitas vezes aceitando a palavra como matéria-prima. E a crítica de arte, no limite, abandonava o posto de juiz autorizado do gosto para emergir como atividade criadora – visual e plasticamente criadora.

O próprio Frederico Moraes, aliás, no artigo “Crítica e Críticos”, de 1970, expunha a situação com clareza. Segundo ele, estava em curso, no plano da cultura ocidental e brasileira em especial, uma crise generalizada do julgamento. Essa crise, por sua vez, “agravada particularmente na época atual” – como dizia –, reverberava nas artes através da “falência total dos ismos, gêneros e valores plásticos”. Deste modo, diante da produção artística contemporânea,

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 criador⁵⁰.

Portanto, se Agnus Dei, com suas propostas conceituais, pretendeu fazer uma espécie de crítica do próprio estado das artes e dos artistas, não admira que a exposição Nova Crítica, de Frederico Moraes, pretendesse, por seu lado, e num sentido generoso, fazer agora da crítica uma experiência estética. Assim compreendida, a exposição de Frederico era uma soma de duas posições: uma formalização prática da questão da crítica de arte como recriação cultural e uma resposta direta, pontual, à mostra Agnus Dei, que ali funcionava como um sintoma condensado dos impasses da vanguarda.

Em sua exposição-crítica, talvez por um hábito de ofício, Frederico adotou uma metodologia de análise bem nítida: para cada trabalho de Agnus Dei fez corresponder, em sua própria exposição, uma determinada “obra-comentário”. Às telas vazias de Thereza Simões, contrapôs um conjunto de outras telas brancas que deixara por alguns dias em banheiros públicos e que agora surgiam marcadas por palavrões e críticas ao governo militar. Expôs também um texto datilografado em que simplesmente “desapropriava” todos os espectadores que haviam sido “apropriados” há pouco por Guilherme Vaz – num diálogo conceitual e público de enunciados verbais. E às duas obras de Cildo – *Tiradentes* e *Projeto Coca-Cola* –, o crítico expôs dois trabalhos distintos. Primeiro, frente ao ritual de sacrifício de animais, respondeu com fotografias de um

50. Frederico Moraes, “Crítica e críticos”, *GAM – Galeria de Arte Moderna*, Rio de Janeiro, n. 23, 1970, sem paginação. Frederico baseava-se, sobretudo, no conceito de *écriture*, de Roland Barthes – segundo o qual não há diferença fundamental entre o texto dos escritores e o da crítica literária – para daí estender a fluidez de fronteiras da literatura ao universo criativo das artes plásticas.

17. Foto da exposição Nova Crítica, de Frederico Moraes, Petite Galerie, Rio de Janeiro, 18 jun. 1970. Da esquerda para a direita: Frederico Moraes, Dionísio Del Santo, Mário Pedrosa e Jackson Ribeiro, todos pisando sobre as incontáveis garrafas de Coca-Cola. Ao fundo, os engradados de refrigerante.



monge vietnamita que ateara fogo ao próprio corpo, numa referência – a que voltarei mais adiante, na página 254 – de que a barbárie da história é sempre maior do que a arte pode suportar. E ao *Projeto Coca-Cola*, finalmente, a resposta foi ainda mais direta e eloquente: espalhou cuidadosa e simetricamente pelo chão da galeria um conjunto de milhares de garrafas vazias de Coca-Cola que, juntas, de pé e supercompactadas, formavam um extraordinário tapete sobre o qual o espectador era obrigado a andar, não sem certo risco. Como complemento, ao fundo do espaço expositivo, e em negociação com a arquitetura da galeria, Frederico levantou ainda uma parede formada por inúmeras pilhas de engradados repletos de Cocas-Colas. E para finalizar, num gesto de provocação, colocou apenas duas das Cocas “ideológicas” de Cildo Meireles no ambiente – dissolvendo-as portanto naquele total de 15 mil garrafas “gentilmente cedidas e transportadas por Coca-Cola Refrescos S.A.”⁵¹.

51. A descrição de Nova Crítica feita pelo próprio Frederico é bastante esclarecedora: “Nela, [respondei] a Thereza Simões com a apresentação dos despojos de telas originalmente brancas colocadas em mictórios de bares localizados na Tijuca e Ipanema, a primeira semidestruída depois do primeiro palavrão escrito, a segunda, com contundentes críticas ao governo Médici (uma terceira, colocada na Taberna da Glória, foi simplesmente roubada). A Cildo, [respondei] com 15 mil garrafas vazias de refrigerante, ‘gentilmente cedidas e transportadas por Coca-Cola Refrescos S.A.’, além de fotos de um monge se autoimolando no Vietnã, legendadas por textos bíblicos do Gênesis e Êxodo. Finalmente, [substituí] o documento de Guilherme Vaz, que ele denominara

No seu todo, porém, Nova Crítica não deve ser lida, imagino, como detração mesquinha dos artistas de Agnus Dei. Havia ali, ao contrário, um componente de solidariedade crítica, ideológica e estética – um forte laço geracional que Francisco Bittencourt resumiu com lucidez:

Essa exposição-comentário que adotava as mesmas táticas dos artistas criticados foi muito mais do que a simples tentativa de inaugurar uma nova crítica, pois o crítico estava ali não como opressor do artista, mas em pé de igualdade com ele, levantando de forma inteligente e sensível as barreiras que sempre existiram entre as duas classes. Mais do que o crítico, ali estava o colega de luta, atuante e irreverente, capaz de se utilizar de qualquer arma para chegar ao melhor entendimento do fenômeno artístico⁵².

A instabilidade era a regra. Ameaçada pela polícia, a mostra durou apenas um dia – na realidade uma noite – e permaneceu aberta por cerca de quatro horas, das 18 às 22, aproximadamente⁵³. Ainda assim, conforme reportagem da época, o público “participou” da efêmera exposição “caminhando sobre as 15 mil garrafas de Coca-Cola, cuja distribuição sobre o piso da galeria resultou em belíssimo efeito visual de sentido ótico”⁵⁴. Segundo a mesma reportagem, também foram expostos em Nova Crítica alguns excertos do artigo “O Corpo é o Motor da ‘Obra’”, de Frederico Moraes⁵⁵, com ênfase na questão da guerrilha cultural, boa parte dela inclusive parafraseada na própria matéria do jornal.

De importante mesmo, para não fugir do assunto, restam as possíveis conclusões estéticas, políticas – críticas mesmo – da exposição de Frederico frente ao *Projeto Coca-Cola*, de Cildo Meireles. De saída, a resposta do crítico, original em diversos aspectos, foi um “comentário” que, por conta de seus expedientes internos, alcançou extratos semânticos efetivamente inviáveis à retórica crítica tradicional, verbal. Mas, sobretudo com esse gesto enfático sobre a obra de Cildo, Frederico acabou por nos dizer algumas coisas fundamentais sobre os limites da vanguarda.

Em primeiro lugar, há uma interpretação ideológica irreverente, parcialmente pessimista, no fundo uma obviedade que Frederico teve o mérito de formalizar primeiro: a questão, já mencionada, da desproporção política de *Projeto Coca-Cola* como ação eficaz. Nesse sentido, as 15 mil garrafas de Nova Crítica cumpriam um papel ao mesmo tempo literal e

‘projeto de exposição para assassinatos coletivos em alta escala’ por um outro, expropriando o primeiro”. Frederico Moraes, *Cronologia das Artes Plásticas no Rio de Janeiro: 1816-1994*, Rio de Janeiro, Topbooks, 1995, p. 312.

52. Francisco Bittencourt, “Dez Anos de Experimentação” (1980), *op. cit.*, sem paginação.

53. Frederico Moraes, “Currículo Datilografado”, c. 1970, primeira página. Disponível na pasta pessoal do crítico no acervo documental do MAM-RJ.

54. Fernando Gomes, “Mudou Tudo: Quem Expõe Agora é o Crítico”, 28 jul. 1970.

55. Frederico Moraes, “Contra a Arte Afluente: O Corpo é o Motor da ‘Obra’”, *op. cit.*

metafórico. Literal porque, como uma gota no oceano, as garrafas marcadas de Cildo, agora imersas no mar de Cocas comuns, não apresentavam qualquer diferença estética fundamental frente às demais – ao que a mensagem ideológica, diluída, se perdia. E metafórico porque, face ao sistema real de circulação de mercadorias, as próprias 15 mil garrafas cedidas pela fábrica eram uma simples gota no oceano sublime do capitalismo internacional – uma alegorização possível dos limites sociais da arte, de vanguarda ou não.

Mas há ainda uma segunda questão, conectada à primeira, que está relacionada às condições históricas do juízo. Quando Frederico, como crítico de arte e, portanto, como um teórico do julgamento, assumiu em termos pragmáticos a ideia de que a atividade crítica poderia ser esteticamente criadora, evidenciava-se claramente outro limite: o do conceitualismo como radicalização absoluta do projeto moderno.

Mencionei há pouco, em nota de rodapé, que Frederico Moraes construiu parte de sua concepção de nova crítica a partir da noção de *écriture*, de Roland Barthes, conhecido crítico e semiólogo estruturalista. Para Barthes, não havia diferença estrutural, paradigmática, entre a fatura textual dos escritos dos críticos literários, de um lado, e os dos escritores, de outro, uma vez que a palavra, sendo suporte de ambos, garantiria determinada equivalência de matéria e procedimentos⁵⁶.

Esse raciocínio, entretanto, não seria a princípio plenamente extensível às demais formas de arte, dada a aparente incompatibilidade entre a linguagem textual da crítica e toda a imensa diversidade de meios expressivos não verbais de outras artes. Dito com simplicidade, acharíamos perturbador, acredito, que um crítico musical compusesse uma música como crítica, ou que um crítico de arte fizesse o mesmo pintando um quadro. O mito moderno da pureza dos meios – segundo o qual as especificidades do pictórico, por exemplo, não se confundem com as do cinemático, do teatral ou do musical e vice-versa – é uma barreira intransponível à extensão da tese barthesiana. Mas então, cabe perguntar, sobre que espécie de terreno histórico Frederico Moraes pôde afinal erigir sua Nova Crítica?

Numa palavra: sobre o território *das vanguardas*, na verdade das tais “novas vanguardas”, ou, ainda mais especificamente, de sua condição-limite: o conceitualismo. Cercada por esse contexto, *Projeto Coca-Cola* era parte ativa de um processo histórico de quebra de divisas entre os meios expressivos. “O que eu faço é música”, já dizia, provocativo, Hélio Oiticica, em referência ao ambiente cultural que nos anos 1960 fez de músicos, *performers*; de poetas, fotógrafos; de artistas plásticos, *videomakers* e por aí vai. E esse embaralhamento conceitual assentava-se na concepção algo libertária de “projeto”, e tinha como solo comum

56. Roland Barthes, *op. cit.*

a “falência” da autoria, a reproduzibilidade irrestrita e a ênfase na obra como ideia, como conceito, em detrimento da história material do objeto acabado.

Desse modo, quando obras como *Projeto Coca-Cola* surgiam como um programa de ação que poderia – e nesse caso deveria – ser operacionalizado por qualquer pessoa (a rigor, pelo sujeito anônimo que bebe Coca-Cola), ficava então evidente que não existia mais um domínio estético estrito por defender, o que trazia graves implicações. O artista de vanguarda expandia seu campo de atuação estética ao limite do imponderável. E assim, de uma vez, a arte podia chegar, em alguns momentos, ao extremo de se reduzir a simples enunciados verbais ou meros projetos de ação corporal⁵⁷.

Prescindindo da fixidez confortável dos chamados “valores burgueses”, e por extensão abrindo mão da especificidade material de cada meio expressivo, o artista invadia os domínios do julgamento crítico e passava a atuar “diretamente” – entre aspas – sobre a vida social; no caso brasileiro, sobre a trágica vida social. A arte operava, ou parecia querer operar, num campo que a rigor não era o seu. O anseio crítico da arte moderna, que desde a origem das vanguardas retinha um fundamento político, parecia conter em si o germe do próprio fim da arte, como já lhe profetizara Hegel. E agora, com a radicalização conceitualista, refreada a dinamização do prazer estético, a produção artística enfrentava o risco de diluir-se como teoria de si.

Na arte contemporânea, afirmava o filósofo Arthur Danto, “o objeto tende a desaparecer enquanto sua teoria tende ao infinito. Ao final, virtualmente, o único que há é a teoria: a arte se volatiliza em um resplandecer de mera autorreflexão, convertida no objeto de sua própria consciência teórica”⁵⁸.

A questão do “fim da arte”, típica do início dos anos 1980, tornava-se um sintoma não só da crise da arte, mas da crise dos julgamentos, para não falar da erosão da própria ideia de modernidade⁵⁹. Desse modo, se o artista, dobrando-se sobre sua própria prática, agora “invadia” os domínios teóricos da estética e da crítica, então era “chegado o momento de deixar a tarefa definitivamente nas mãos dos filósofos”⁶⁰ – ou, vale dizer, nas mãos dos profissionais da teoria da arte.

57. Dizia Frederico Morais: “O que importa, não custa repetir, é a ideia. Se for necessário, usaremos o próprio corpo como canal da mensagem, como motor da obra”. Frederico Morais, “Contra a Arte Afluente: O Corpo é o Motor da ‘Obra’”, *op. cit.*, p. 59.

58. Arthur Danto, “El Final del Arte”, *Paseante*, 1995, n. 22-23.

59. Veja-se, por exemplo, Berel Lang (ed.), *The Death of Art*, Nova York, Haven Publishers, 1984; Hans Belting, *The End of the History of Art*, Chicago, University of Chicago Press, 1987; Gianni Vattimo, “A Morte ou o Ocaso da Arte”, em *O Fim da Modernidade: Niilismo e Hermenêutica na Cultura Pós-moderna*, São Paulo, Martins Fontes, 2002.

60. Arthur Danto, *op. cit.*

Frederico Morais, como homem da teoria, antecipou-se a Arthur Danto, e como sujeito reativo, ultrapassou-lhe, ousou dizer. Nesses termos, se o *Projeto Coca-Cola* é um belo exemplo dessa situação “invasora”, de volatilização de domínios, então a sua resposta, a exposição Nova Crítica, não é apenas a denúncia da condição de permeabilidade entre arte e crítica, mas a sua legítima execução. Nova Crítica, como se vê, foi uma das melhores interpretações já feitas sobre as Inserções em Circuitos Ideológicos, de Cildo Meireles – uma parceria inaugural, é o que me parece. Havia ali um sentido de solidariedade, como notou Francisco Bittencourt, uma aproximação ética e poética em tempos difíceis, uma afinidade “guerrilheira”.

Já foi dito, porém, que a exposição-comentário de Frederico Morais interpretou o *Projeto Coca-Cola* como um plano de ação que, indo “além da metáfora”, tornava-se desproporcional em sua impotência subversiva. Vale notar, entretanto, que para Cildo havia no uso poético da metáfora certa intenção ideológica, um sentido aberto de localização cultural e de interesses geopolíticos, aos quais já fiz referência. Reaparecia, em resumo, a ideia da selva como resistência: um contraponto cultural.

Dizia o artista, no catálogo de Information:

No seu ventre ela – [a selva] – traz ainda o acanhado fim da metáfora: porque as metáforas não têm um valor próprio a oeste de Tordesilhas. Não que eu não goste de metáforas: quero algum dia que cada trabalho seja visto não como objeto de elucubrações esterilizadas, mas como marcos, como recordações e evocações de conquistas reais e visíveis. E que quando ouvirem a História desse oeste estejam ouvindo lendas e fábulas e alegorias fantásticas. Porque o povo cuja História são lendas e fábulas é um povo feliz⁶¹.

Para Cildo, portanto, *Projeto Coca-Cola* não deixava de ser um marco de conquistas reais e visíveis – concordo. Frederico mesmo não deveria discordar por completo desse importante modo de ver, mas, como crítico militante que era, não pôde deixar de expor, com incômoda clareza, os limites – estéticos, sociais, políticos – da vanguarda brasileira, sobretudo em sua fração conceitual.

De resto, importa mesmo fazer do retorno paulatino de *Projeto Coca-Cola* à instituição-arte, este nosso lugar cultural, uma medida realmente possível de comparação – uma medida perversa, admito, mas ainda possível. Afinal, é somente nesse sentido que a alegoria circular, política, da obra, ganha aqui e há tempos um estatuto estético exemplar: um estatuto – lembremos disso – cuja reverberação tem ainda hoje um alcance que Nova Crítica jamais sonhou ter.

61. Cildo Meireles, “Cruzeiro do Sul”, 1970, *op. cit.*