

POEMA “A TO Z” DE GERALDO DE BARROS: UM DIÁLOGO COM OS READYMADES RETIFICADOS DE MARCEL DUCHAMP.

GERALDO DE BARROS’ “A TO Z” POEM: A DIALOGUE WITH MARCEL DUCHAMP’S RECTIFIED READYMADES.

Maíra Vieira de Paula / USP

RESUMO

Este artigo almeja demonstrar os diálogos estabelecidos por Geraldo de Barros com o artista francês Marcel Duchamp, a partir da análise do processo de criação do poema “A to Z”. Essa obra foi produzida por Barros, entre 1966 e 1967, período em que participou do Grupo Rex, formado por Nelson Leirner, Wesley Duke Lee, entre outros. Pretende-se demonstrar que o poema “A to Z” foi concebido por Barros por meio da utilização do mecanismo do *readymade* retificado, estratégia explorada por Marcel Duchamp em produções como *Apolinère esmaltado*, realizada entre 1916 e 1917.

PALAVRAS-CHAVE

Geraldo de Barros; Poema “A to Z”; Marcel Duchamp; Ready-made Retificado; Grupo Rex.

ABSTRACT

This article intends to demonstrate how Geraldo de Barros dialogued with French artist Marcel Duchamp during the creation of “A to Z” poem. This poem was produced by Barros, between 1966 and 1967, when he was part of Rex Group, among Nelson Leirner, Wesley Duke Lee and others. This article also aims to show that such poem has to be comprehended as a rectified ready-made, such as Duchamp’s Apolinère enameled (1916-1917).

KEYWORDS

Geraldo de Barros; “A to Z” Poem; Marcel Duchamp; Rectified Ready-made; Rex Group.

A criação e as ações do Grupo Rex

Em 1965, Geraldo de Barros, Nelson Leirner, Wesley Duke Lee, entre outros, participaram da exposição *Propostas 65*, organizada por Waldemar Cordeiro, na Fundação Armando Álvares Penteado, em São Paulo. Após as obras do artista Décio Bar serem censuradas, por terem sido consideradas politicamente subversivas pelo regime militar, os três artistas decidiram remover seus trabalhos em sinal de protesto. A partir desse episódio, Barros, Leirner e Duke Lee começaram a se reunir para discutir questões de interesse comum e para organizar ações em prol da realização de tais propostas. Esses encontros resultaram na criação do Grupo Rex, que contou ainda com a participação de três então jovens artistas: Carlos Fajardo, Frederico Nasser e José Resende (LOPES, 2009, p. 39-40).

O Grupo inaugurou suas ações oficialmente em junho de 1966, com a abertura da Rex Gallery & Sons, nas instalações da Hobjeto,¹ e com a publicação da primeira edição do jornal *Rex Time*.² Durante o seu único ano de existência,³ o Grupo se colocou em embate direto com certos valores e tendências predominantes no circuito artístico de São Paulo, a partir de uma postura irônica e adepta a um espírito de contravenção. Nessa tentativa de renovação, exploraram novas formas de mostrar suas produções e de interagir com o público,⁴ por meio da realização de cinco exposições na Galeria, sempre acompanhadas do lançamento de nova edição do jornal, palestras proferidas por artistas⁵ ou críticos,⁶ entre outras atividades⁷ (REX TIME n. 5, 25 mai. 1967, p. 3).

Destacaram-se igualmente os esforços no sentido de sistematizarem historicamente a experiência singular que viviam. Durante todo o percurso, eles fizeram um exercício de reflexão sobre suas ações, a partir da percepção do lugar social que ocupavam e do momento histórico que vivenciavam, procurando apontar os diálogos que estabeleciam com experiências afins na arte brasileira e internacional, do presente e do passado, tais como Flávio de Carvalho, Marcel Duchamp e Andy Warhol.⁸

A importância de Marcel Duchamp para o Grupo Rex

De acordo com a estudiosa Fernanda Lopes, a postura de questionamento do Grupo Rex em relação ao modo de funcionamento do sistema artístico proveio, em parte, das ideias inauguradas por Marcel Duchamp que, com seus *readymades*, questionou o fundamento puramente retiniano do conceito de arte até então estabelecido. Por intermédio de suas ações, os integrantes do Rex – como outros artistas do período – processaram tais reflexões introduzidas por Duchamp (LOPES, 2009, p. 147).



Figura 1. Marcel Duchamp. *Apolinère esmaltado*, 1916-1917. Acervo: The Louise and Walter Arensberg Collection. Fonte: www.artslife.com/wp-content/uploads/2013/10/Duchamp-roma-3.jpg. Acesso em: 16 abr. 2018.

A capa da quarta edição do *Rex Time* estampou uma reprodução do trabalho *Apolinère esmaltado*, produzido por Duchamp entre 1916 e 1917, acompanhada da tradução integral de seu texto “The creative act”.⁹

A peça gráfica *Apolinère esmaltado* (Figura 1) era um *readymade* retificado, tipo de apropriação explorada por Duchamp, que consistia na manipulação de – entre outros – materiais gráficos oriundos dos meios de comunicação de massa (publicidade, imprensa etc.), por meio de intervenções, que, apesar de imputarem somente ligeiras modificações visuais na imagem original, resultavam em drásticas alterações de sentido. Por fim, o artista finalizava tal processo de apropriação inserindo sua assinatura no artefato modificado.

Por sua vez, em “O ato criador”, Duchamp analisou a abertura imanente da produção artística à recepção futura, incluindo aí a figura do próprio artista criador, que, segundo ele, por mais consciente de suas intenções iniciais, não dava conta de abarcar toda a complexidade de significados daquilo que produzia. Tal condição, que Duchamp denominou “coeficiente artístico”, representava um elemento não passível de controle, sempre presente na cadeia da produção e recepção artística (DUCHAMP, 2013).¹⁰

A atuação do espectador como elemento necessário à ativação da proposta artística – estratégia explorada por Duchamp – foi um dos elementos que o Grupo Rex adotou para questionar a noção tradicional de obra e o sistema artístico brasileiro. Para

Duchamp e para os Rex, da mesma forma como tudo poderia ser arte, qualquer um poderia ser artista. Tal posição deveria ser vista como algo cambiável, não no sentido de se anular a importância do profissional, mas com o objetivo de se eliminar o excesso de idealização que se costumava fazer da figura do artista como gênio criador.¹¹

O diálogo com o pensamento de Duchamp – especificamente com as ideias explicitadas em “O ato criador” – apareceu também em “Aviso: Rex Kaput”, publicado na última edição do *Rex Time*. Nesse texto de despedida, além de sintetizar as ações que procurou colocar em prática durante seu único ano de existência,¹² o Grupo refletiu acerca do hiato presente entre as ideias que tentou propagar e a maneira como elas foram recebidas pelos espectadores:

Assim, oriundos de incidentes individuais e profícuos como frustrações, incompreensões e esperanças, artistas diversos, convergindo de estradas diversas deram um show. A plateia ficou silenciosa – não riu nem aplaudiu (salvo uma minoria de jovens). Então os artistas se vão em silêncio, cada qual para seu lado. O que será que aconteceu? Será que os artistas falharam? Ou é o público que é indiferente ou impermeável por deficiência hereditária? É cedo para concluir. O único fato concreto que fica óbvio: é a vala que há entre as intenções dos artistas e o que o público percebe destas intenções (REX TIME n.5, 25 mai. 1967, p. 3).

Ainda era muito cedo para se compreender o que ocorrera. Não havia respostas claras naquele momento. O Grupo deveria “esperar pelo veredicto do público para que a sua declaração assumia um valor social e para que, finalmente, a posteridade o incluía entre as figuras primordiais da História da Arte”, com pontuara Duchamp. A despeito de suas intenções, os Rex precisavam da participação dos espectadores, pois o ato de criação “(...) não é executado pelo artista sozinho; o público estabelece o contato entre a obra de arte e o mundo exterior, decifrando e interpretando suas qualidades intrínsecas e, desta forma, acrescenta sua contribuição ao ato criador”. Ou seja, “o resultado deste conflito é uma diferença entre a intenção e a sua realização, uma diferença de que o artista não tem consciência” (DUCHAMP, 2013).

O processo de criação de *Apolinère esmaltado*

A ênfase dada à referência específica de Marcel Duchamp, em detrimento dos demais diálogos empreendidos pelos Rex, deveu-se ao fato deste artigo focar o uso do princípio do *readymade* retificado na criação do poema “A to Z” (Figura 6). Neste

sentido, antes de se iniciar a análise do poema de Geraldo de Barros, é necessário realizar um maior aprofundamento a respeito da produção de *Apolinère esmaltado*, com o intuito de elencar os pontos de contato entre a lógica de produção de Duchamp e aquela usada por Barros na criação de seu poema.



Figura 2. Autor não identificado. Anúncio da marca Sapolin. Fonte: www.toutfait.com/issues/issue_3/Collections/rrs/p_10c.html. Acesso em: 28 ago. 2018.

Mostra-se corrente a explicação de que, para criar a referida obra, Duchamp se apropriou de um encarte publicitário da marca de tinta industrial Sapolin Enamel, manipulando tal imagem por meio de uma série de intervenções, entre elas, a modificação parcial do nome do produto, transformando-o no sobrenome do escritor Guillaume Apollinaire.¹³

Contudo, em oposição às principais análises vigentes, a estudiosa norte-americana Rhonda Roland Shearer ofereceu uma possibilidade alternativa de explicação dos procedimentos usados por Duchamp na produção do trabalho. A autora realizou extensa pesquisa em busca de anúncios publicitários da marca Sapolin Enamel sem, contudo, encontrar nenhuma imagem equivalente àquela apropriada por Duchamp.

Diante dessa situação, Shearer concluiu que a peça fora idealizada pelo próprio Duchamp, a partir de inspiração em outro anúncio da empresa, divulgado na mesma época, no qual figurava uma cama de formato semelhante àquela usada pelo artista, mas em versão dourada (Figura 2). Ou seja, de acordo com a autora, possivelmente, primeiro Duchamp confeccionou e produziu o encarte publicitário, para depois fingir se apropriar da peça criada por ele mesmo.¹⁴



Figura 3. Autor não identificado. Capa de catálogo de produtos da marca Sapolin Enamel. Fonte: www.toutfait.com/issues/issue_3/Collections/rrs/p_8g.html. Acesso em: 28 ago. 2018.

A partir da pista deixada por Shearer, comparou-se os demais elementos da obra com outros anúncios da marca, observando semelhanças entre alguns deles. Em primeiro lugar, no anúncio publicitário reproduzido na Figura 3, observou-se a ocorrência de uma figura feminina (um pouco mais velha) na mesma ação de pintar a cabeceira de uma cama, lembrando a referida obra. Em segundo lugar, atinou-se para a semelhança entre o criado mudo, dotado de espelho, que podia ser visto na Figura 4, e o móvel que ocupava o canto direito da peça de Duchamp, também equipado com um espelho, no qual o artista desenhara o reflexo da garota.¹⁵

De forma complementar, a menina retratada por Duchamp remonta, com sutis diferenças, à mulher que aparece em outro anúncio da empresa (Figura 5). Observe as similaridades entre suas faces e expressões (os mesmos olhares serenos e sorrisos discretos). Não obstante, como elementos de distinção, é possível notar que Duchamp entrevistou no cabelo da garota, deixando-o mais longo. De forma inversa, contudo, encolheu o seu vestido, mantendo, nesse caso, a coloração e o drapeado do vestuário original. Também eliminou o detalhe do avental, mas manteve a fita em torno da cintura, assim como a gola branca – com formato distinto – em torno do pescoço, e o acabamento de mesma cor das mangas dos vestidos.

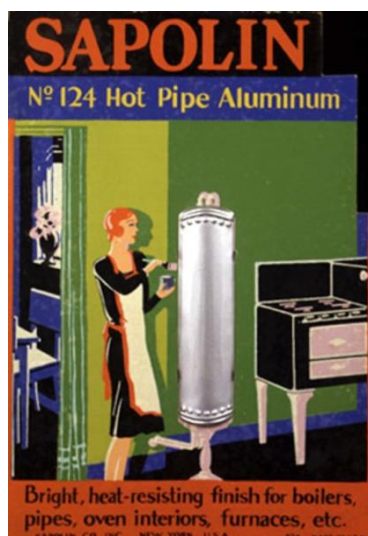


Figura 4. Autor não identificado. Anúncio publicitário de tubo de alumínio da marca Sapolin. Fonte: www.toutfait.com/issues/issue_3/Collections/rrs/p_8f.html. Acesso em: 28 ago. 2018.

A enumeração das similaridades entre *Apollinère esmaltado* e tais anúncios publicitários não somente corrobora a hipótese levantada por Shearer de que o artista criou o *readymade* retificado em questão a partir da apropriação da imagem da cama dourada presente na Figura 2. Mas serve para demonstrar como a operação realizada por Duchamp foi muito mais complexa do que a possibilidade inicialmente antevista pela estudiosa norte-americana.

Ou seja, a princípio, de fato, o artista deve ter partido de um dos elementos visuais presentes nas publicidades da marca Sapolin Enamel (a cama dourada ou a mulher pintando, por exemplo). Contudo, para criar a referida obra, Duchamp precisou se apropriar de componentes encontrados em outras publicidades da empresa, e não apenas da imagem da cama dourada, tal como pontuado anteriormente por Shearer.

Propõe-se ainda que a citação específica dessa campanha publicitária não se deu somente pela possibilidade de realizar o trocadilho com o sobrenome de Guillaume Apollinaire, mas, sobretudo, em função da vontade de Duchamp de ironizar a mística em torno do status especial conferido à figura do artista como gênio criador pelos cânones artísticos tradicionais.

Segundo Shearer, após a Primeira Guerra Mundial, a empresa Gerstendorfer Brothers, criada por imigrantes alemães, mudou seu nome para Sapolin, e investiu pesadamente em campanhas publicitárias direcionadas ao público feminino, por meio da inclusão de mulheres nos anúncios da marca. Tais campanhas “estreladas”

por figuras femininas visavam enfatizar a facilidade de aplicação da tinta. Para a empresa, até mesmo as mulheres dariam conta desse serviço!

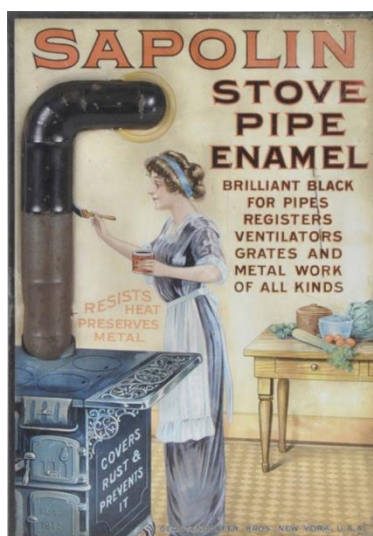


Figura 5. Autor não identificado. Anúncio da marca Sapolin. Fonte: www.mecum.com/lots/RA0715-221391/sapolin-stove-pipe-enamel-sign-sste/. Acesso em 28 de ago. 2018.

Marcel Duchamp incorporou ironicamente esse viés depreciativo em relação ao sexo feminino – presente na referida campanha publicitária – com o propósito de criticar o funcionamento do sistema artístico. O artista levou tal preconceito (a falta de aptidão manual atribuída às mulheres) ao extremo, quando retratou uma garota, ainda criança, no lugar das figuras femininas um pouco mais velhas que povoam as peças da marca. Ao desenhar uma garota pintando um objeto banal do cotidiano – o exato oposto da criação original e única – com tinta industrializada (e não produzida artesanalmente), Duchamp acertou de forma certa todo o sustentáculo de princípios disseminados pelos cânones tradicionais: a ideia de gênio artístico como condição nata e atributo masculinos,¹⁶ o enaltecimento da habilidade manual do sujeito, o caráter artesanal da produção, assim como a condição aurática da obra.

Da mesma forma, as intervenções “aparentes” que Duchamp realizou na peça gráfica foram simples e possivelmente poderiam ter sido inseridas por qualquer um – ou seja, eram intervenções que corroboravam a crítica aos valores que o artista questionava. Dessa maneira, considera-se que o *readymade* retificado em questão teve o objetivo de problematizar a crença no caráter especial atribuído à figura do gênio artístico.

Para finalizar a análise acerca do processo de criação da referida obra, convém abordar um último detalhe por meio do qual o artista jogou com o conceito de autoria. No canto direito da peça, ele acrescentou sua assinatura em letra cursiva, maneira usual

dos artistas inscreverem seus nomes. No entanto, no lado oposto, inseriu “[de] Marcel Duchamp, 1916-1917”, no interior de um retângulo branco. O termo original, em inglês, “from” indica relação de posse do sujeito sobre o objeto e não condição de autoria do segundo pelo primeiro (indicada pelo termo “by”, ou “por”, em português). Dessa forma, portanto, em conjunto com os demais componentes analisados acima, de maneira irônica, a partir de tal gesto, Duchamp “reconhece que a peça era ‘dele’ e que não foi ‘feita’ por ele, entretanto, mesmo assim, ele a assina e a chama de arte”.¹⁷

O mecanismo de criação do Poema “A to Z”

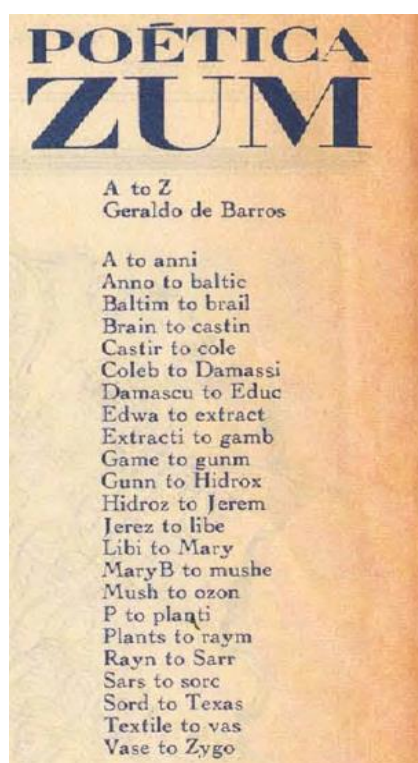


Figura 6. Geraldo de Barros, poema “A to Z”, 21 out. 1966. Poema publicado no *Rex Time* n. 3. Coleção particular.¹⁸

Introduzidas tais pontuações acerca do *readymade* retificado de Marcel Duchamp, retorna-se a Geraldo de Barros.

O artista brasileiro, além de ceder o espaço no qual foi instalada a Galeria Rex, colaborar na organização das palestras e eventos promovidos pelo Grupo, participar das reuniões de pauta do folhetim, elaborar propostas coletivas como *Taxi Painting*, exibir algumas obras na primeira exposição do Grupo, também produziu o poema

intitulado “A to Z” (Figura 6), publicado na terceira edição do *Rex Time* na seção “Poética Zum”.¹⁹

No poema, Barros realizou um jogo de palavras que, à primeira vista, e a despeito da cadência rítmica dos versos, parecia desprovido de significação clara e objetiva. Por tal motivo, especulou-se, inicialmente, que o poema tivesse surgido da seleção de palavras aleatórias, a partir da incorporação do princípio do acaso, uma das ferramentas acionadas pelo artista durante a produção da série “Fotoformas”, conforme pontuado pela estudiosa Heloisa Espada (ESPADA, 2006, pp. 67-75).

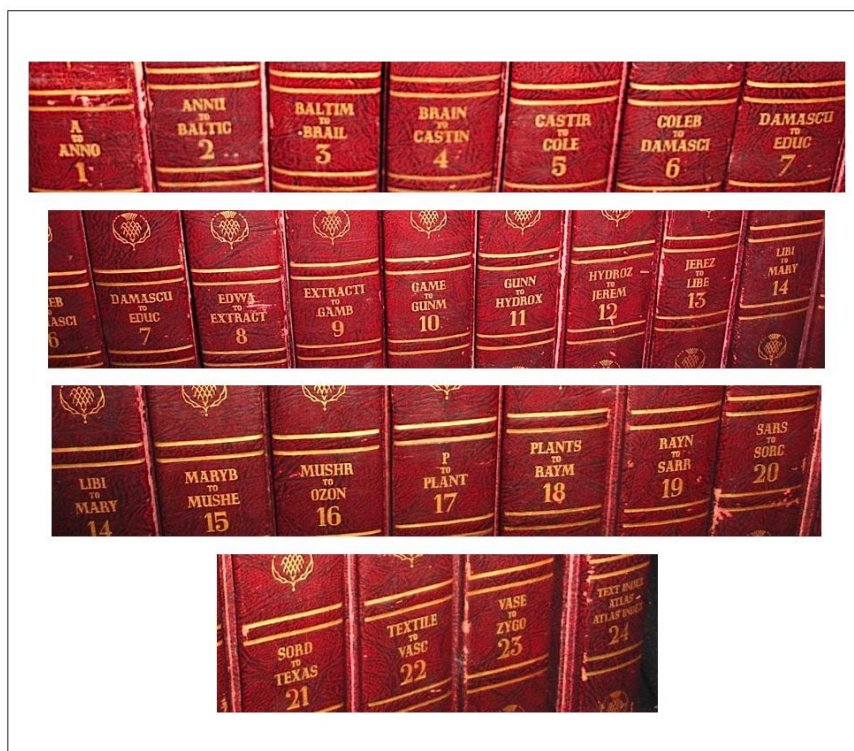


Figura 7. *Enciclopédia Britânica* (ed.1959). Fonte: https://www.ebay.com/itm/Vintage-1959-Encyclopaedia-Britannica-Complete-24-Volume-Set-Leather-Books-/173196975773?_ul=BR. Acesso em: 16 abr. 2018.

No entanto, após certa análise, recordou-se de enciclopédias e dicionários compostos por vários volumes organizados em ordem alfabética, ou seja, de A a Z. Embasando-se em tal suposição, começou-se a digitar cada frase do poema na plataforma de busca do *Google*, com o intuito de encontrar alguma pista para decifrar o poema de Geraldo de Barros.

A pesquisa rendeu as imagens representadas pela Figura 7, nas quais é possível observar, nas capas dos tomos da edição inglesa da popular *Enciclopédia Britânica*

(ed.1959), as mesmas palavras utilizadas por Barros em seu poema, com apenas algumas diferenças.

De forma a elucidar o procedimento de apropriação realizado pelo artista, formulou-se a tabela comparativa representada pela Figura 8, na qual o poema foi disposto no lado esquerdo e, no direito, os títulos de cada volume da *Enciclopédia*.

Poema "A to Z"	Enciclopédia Britânica
A to anni	A TO ANNO
Anno to baltic	ANNU TO BALTIC
Baltim to brail	BALTIM TO BRAIL
Brain to castin	BRAIN TO CASTIN
Castir to cole	CASTIR TO COLE
Coleb to Damassi	COLEB TO DAMASCI
Damascu to Educ	DAMASCU TO EDUC
Edwa to extract	EDWA TO EXTRACT
Extracti to gamb	EXTRACTI TO GAMB
Game to gunm	GAME TO GUNM
Gunn to Hidrox	GUNN TO HYDROX
Hidrozo to Jerem	HYDROZ TO JEREM
Jerez to libe	JEREZ TO LIBE
Libi to Mary	LIBI TO MARY
MaryB to mushe	MARYB TO MUSHE
Mush to ozon	MUSHR TO OZON
P to planti	P TO PLANT
Plants to raym	PLANTS TO RAYM
Rayn to Sarr	RAYN TO SARR
Sars to sorc	SARS TO SORC
Sord to Texas	SORD TO TEXAS
Textile to vas	TEXTILE TO VASC
Vase to Zygo	VASE TO ZYGO

Figura 8. Tabela indicativa das diferenças entre o poema "A to Z" e a *Enciclopédia Britânica* (ed.1959). Produzida por Maíra Vieira de Paula.

A partir da tabela, é possível perceber que, para conceber o poema, Barros alterou as terminações das palavras ANNO para *Anni*, ANNU para *Anno* e DAMASCI para *Damassi*. Aportuguesou o verbete HYDROX, substituindo o Y (pouco comum na língua materna)

pela letra *i*. Do verso *MARYB TO MUSHE*, manteve em caixa alta apenas a letra *B* do termo *MARYB*. Logo em seguida, trocou a palavra *MUSHR* por *Mush*. Por fim, incluiu a letra *i* no termo *Plant* e eliminou a letra *C* da palavra *VASC*.

Dentre as alterações mencionadas, julga-se que as substituições das palavras *DAMASCI* por *Damassi* e *MUSHR* por *Mush* consistiram na armadilha visual mais crucial, pois desrespeitaram a ordem alfabética, princípio estruturante de qualquer enciclopédia ou dicionário. Observe que o termo modificado *Damassi*, em função da substituição do *SC* por *ss*, deveria vir após a palavra *Damascu*, localizada no verso seguinte; tal observação também é válida para o termo *Mush* que, devido à supressão da letra *R*, deveria aparecer antes da palavra *mushe*, presente no verso anterior.

Dessa maneira, assim como o *readymade* retificado de Duchamp, propõe-se que o poema “A to Z” também deva ser compreendido como uma crítica aos cânones artísticos tradicionais. Por quais motivos?

Pois, em primeiro lugar, a *Enciclopédia Britânica* nada mais era do que um objeto produzido em série e em larga escala, facilmente encontrado, naquela época, em inúmeras residências. Ao decidir se apropriar desse objeto prosaico do cotidiano²⁰ – ao invés de compor um poema a partir do zero – Geraldo de Barros problematizou a ideia da obra enquanto manifestação da expressão singular de determinado sujeito.

Em segundo lugar, no poema “A to Z”, a apropriação e a “mera” manipulação dos termos de identificação de cada volume da enciclopédia representaram ações que, na prática, poderiam ter sido “facilmente” realizadas por qualquer pessoa, e não somente pelo gênio artístico tradicional; como haviam sido os procedimentos “aparentemente” realizados por Duchamp em *Apolinère esmaltado*.

Considerações finais

Para concluir, em primeiro lugar, almeja-se que os dados aqui apresentados permitam demonstrar claramente que “A to Z” deva ser considerado um *readymade* retificado, um diálogo que Geraldo de Barros estabeleceu com as ideias desenvolvidas por Duchamp em propostas como *Apolinère esmaltado*, *L.H.O.O.Q.*, entre outras.

Além disso, segundo a estudiosa Rhonda Roland Shearer, de forma conjunta às obras presentes em suas coleções, os museus deveriam incluir, em seus acervos, os incontáveis objetos cotidianos que foram apropriados por artistas na produção das respectivas obras ou que serviram como referências para as mesmas. Pois, segundo a

autora, “por meio do estudo de humildes e efêmeros objetos históricos (como as placas de água e gás parisienses²¹)”, é possível “obter insights” acerca dos diálogos que tais artistas realizaram com a cultura e a economia na qual estavam inseridos.²²

Neste sentido, em segundo lugar, a partir dos dados inéditos apresentados ao longo deste artigo, espera-se ter demonstrado que Geraldo de Barros deva ser considerado uma figura exemplar em relação a tal questão formulada por Shearer. Barros incorporou fotografias vernaculares,²³ referências imagéticas de filmes *noir* e de retratos dos astros de Hollywood,²⁴ peças publicitárias que circulavam pelos meios de comunicação de massa, além de textos inscritos em objetos do dia a dia (como foi o caso do poema “A to Z”), em diversas obras produzidas ao longo de toda a sua trajetória.

Dessa maneira, considera-se que tal prescrição de salvaguardar os itens do cotidiano, que serviram de inspiração para Geraldo de Barros, deva ser igualmente uma ação realizada pelas instituições que possuam obras do artista brasileiro.

Notas

¹ Em parceria com Antonio Bioni (antigo marceneiro da Unilabor), Barros fundou a Hobjeto Móveis Ltda. em março de 1964. A proposta da empresa voltava-se não somente para o móvel residencial, mas, sobretudo, para a produção de móveis para escritórios (CLARO, 2012).

² O nome do jornal deve ser lido como no português “time”, e não com a pronúncia inglesa “taime”.

³ O Grupo se manteve ativo por quase um ano, decretando sua dissolução em maio de 1967.

⁴ Os Rex compartilhavam a vontade de explorar novos suportes e materiais artísticos, assim como o desejo de conceber proposições que estimulassem a participação do espectador na ativação da obra. Contudo, a realização dessas propostas coletivas não correspondeu à adoção de critérios formais comuns, aspecto evidente nos trabalhos apresentados na exposição inaugural do Grupo, em 03 de junho de 1966 (LOPES, 2009, p. 70-86).

⁵ Flávio de Carvalho foi convidado a ministrar conferências acerca do tema de sua escolha, optando por discorrer sobre a dialética da moda. Para os Rex, ele era “o mais característico expoente da vanguarda da arte do Brasil”.

⁶ Tais como Mario Schenberg, convidado a discorrer sobre a situação da arte de vanguarda no Brasil.

⁷ Como a exibição de filmes experimentais produzidos por Thomas Farkas.

⁸ Na terceira exposição do Grupo Rex, *Descoberta da América*, ocorrida em 21 de outubro de 1966, eles apresentaram suas referências-chave no contexto da arte internacional daquele período: Roy Lichtenstein, Andy Warhol, Jim Dine, ligados à vertente da arte *pop*, e Barnett Newman, Kenneth Noland e Frank Stella, associados às correntes abstratas (REX TIME n. 3, 21 out. 1967, p. 2).

⁹ A tradução – com o título “Marcel Duchamp: o ato de criação” – foi realizada pelo artista Carlos Fajardo.

¹⁰ Esse texto foi apresentado publicamente por Duchamp, pela primeira vez, na Convenção da Federação Americana de Artes, em Houston, nos Estados Unidos, em abril de 1957.

¹¹ Considera-se válido mencionar *Taxi Painting*, ação realizada na terceira exposição do Grupo, que necessitava da participação ativa do público para ser efetivada. A proposta consistiu na disposição, no fundo da Galeria, de tintas, pincéis e uma enorme tela que poderia ser preenchida por qualquer espectador da maneira como quisesse. Tal indivíduo precisava somente pagar pelo tempo em que ficasse pintando (o valor era calculado pelo taxímetro). O resultado material da ação foi um grande borrão de tinta sobre a tela. Contudo, para os Rex, o que importava era a compreensão da criação artística como uma atividade experimental e coletiva e não meramente como um objeto único criado por um sujeito especial (LOPES, 2009, p. 153-159).

¹² Os principais motivos da dissolução e do fim das atividades também foram enumerados: a crise financeira pela qual passava o país, os baixos índices de vendas de obras, os altos custos de manutenção da Galeria e das ações organizadas pelo Grupo, assim como a ausência de público (REX TIME n. 5, 25 mai. 1967, p. 2-3).

¹³ Apesar das grafias de “Apolinère” e “Apollinaire” não serem correspondentes, a sonoridade das palavras é a mesma em francês. Fonte: www.philamuseum.org/collections/permanent/51563.html. Acesso em: 16 abr. 2018.

¹⁴ Esse jogo de referências retóricas entre obras ocorreu novamente na interação entre os *readymades* retificados *L.H.O.O.Q.*, de 1919 (no qual o artista pintou um bigode sobre o rosto da pintura *Mona Lisa*, de Leonardo da Vinci, reproduzida em cartão postal, e assinou “Marcel Duchamp”), e *L.H.O.O.Q. depilada*, de 1965, que consistia em um cartão postal similar ao anterior, mas que não havia sido manipulado pelo artista. Não obstante, por meio da mera inclusão do termo “depilada” no título da obra, Duchamp alterava o sentido original da pintura renascentista, ao conectá-la ao seu *readymade* retificado de 1919.

¹⁵ O contorno foi desenhado a lápis pelo artista. Fonte: www.philamuseum.org/collections/permanent/51563.html. Acesso em: 16 abr. 2018.

¹⁶ O mito da criança prodígio – salvo raras exceções, como no caso da pintora renascentista Sofonisba Anguissola – era atribuído somente aos indivíduos do sexo masculino (HALL, 2015).

¹⁷ Tradução livre do original: “He acknowledges that the piece came ‘from’ him and was not ‘made’ by him, but still signs it and calls it art nonetheless”. Fonte: www.toutfait.com/unmaking_the_museum/Apolinere%20enameled.html. Acesso em: 16 abr. 2018.

¹⁸ Fac-símile do periódico *Rex Time*, produzido sob supervisão de Fernanda Lopes, responsável pela organização do espaço dedicado ao Grupo Rex na 29ª Bienal de Arte de São Paulo, a convite dos curadores-chefes Agnaldo Farias e Moacir dos Anjos. A sala exibiu trabalhos realizados pelos Rex, incluindo cartazes e convites de exposições. Os fac-símiles do *Rex Time* foram distribuídos gratuitamente ao público. Fonte: www.bienal.org.br/publicacao.php?i=2072. Acesso em: 30 out. 2016.

¹⁹ Seção presente nos números 1, 3 e 4 do folhetim.

²⁰ Segundo o estudioso Tadeu Chiarelli, o mecanismo de apropriação consistiu igualmente em um dos elementos do ineditismo da série “Fotoformas”, realizada por Geraldo de Barros entre as décadas de 1940 e 1950 (CHIARELLI, 2014). Além do mais, ainda de acordo com Chiarelli – e também segundo o estudioso João Bandeira –, a estratégia de apropriação foi acionada por Barros novamente nas pinturas das décadas de 1960 e 1970. Como Duchamp, Barros se apropriou de itens corriqueiros do dia a dia em suas produções, intervindo sobre eles e tomando posse do resultado a partir da inscrição de sua assinatura (CHIARELLI, 2016) e (BANDEIRA, 2014).

²¹ Placas de sinalização apropriadas por Marcel Duchamp.

²² Fonte: http://www.toutfait.com/issues/issue_3/Collections/rrs/shearer.htm. Acesso em: 28 ago. 2018.

²³ A apropriação de imagens vernaculares também foi uma estratégia criativa presente na produção de sua derradeira produção, a série “Sobras”, realizada entre 1996 e 1998 (PAULA, 2018).

²⁴ Cf. (PAULA, 2018).

Referências

BANDEIRA, João. Geraldo de Barros: Pintura de contrainformação. In: ESPADA, Heloisa. (org.). **Geraldo de Barros e a fotografia**. São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2014. p. 176-185.

CHIARELLI, Tadeu. Sobras: problematizando a obra de Geraldo de Barros. In: ESPADA, Heloisa (org.) **Geraldo de Barros e a fotografia**. São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2014. p. 204-211.

_____. Marcelo Zocchio e a repulsa à dimensão volátil da imagem. In: _____. (org.). **Marcelo Zocchio e a imagem materializada**. São Paulo: Pinacoteca de São Paulo, 2016 (texto para catálogo de exposição). p. 35-43.

CLARO, Mauro. **Dissolução da Unilabor:** crise e falência de uma autogestão operária – São Paulo, 1963-1967. 2012. 197 f. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.
doi:10.11606/T.16.2012.tde-04032013-103923. Acesso em: 2017-06-10.

DUCHAMP, Marcel. O ato criador. *In:* BATTCKOCK, Gregory. (org.). **A nova arte.** São Paulo: Editora Perspectiva, 2013. p. 71-74.

ESPADA, Heloisa. **Fotoformas:** a máquina lúdica de Geraldo de Barros. 2006. 159 f. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

HALL, James. **The Self-Portrait:** A Cultural History. New York: Thames & Hudson Inc., 2014.

LOPES, Fernanda. **A experiência Rex:** “Éramos o time do rei”. São Paulo: Alameda Editorial, 2009.

PAULA, Maíra Vieira de. **O noir, o Rex e o reflexo:** os autorretratos de Geraldo de Barros. 2018. 348p. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

REX, Grupo. **REX TIME.** São Paulo, n. 1, 3 jun. 1966.

_____. **REX TIME.** São Paulo, n. 2, 9 set. 1966.

_____. **REX TIME.** São Paulo, n. 3, 21 out. 1966.

_____. **REX TIME.** São Paulo, n. 4, 10 mar. 1967.

_____. **REX TIME.** São Paulo, n. 5, 25 mai. 1967.

Maíra Vieira de Paula

Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Possui o título de mestre pelo mesmo programa, sendo autora da dissertação *O noir, o Rex e o reflexo: os autorretratos de Geraldo de Barros* (2018), realizada com apoio da CAPES, e sob orientação do Prof. Dr. Tadeu Chiarelli. Possui Especialização em Fotografia pela FAAP, e Graduação em Comunicação Social pela UFMG. Contato: oemaildamaira@gmail.com.