

ANNATERESA FABRIS



Diálogos entre imagens: fotografia e pintura na pop art britânica

RESUMO

Os artistas do Grupo Independente demonstram, desde o começo dos anos 1950, um interesse acentuado pelos produtos e pelos ícones da comunicação de massa. A imagem fotográfica ocupa um lugar central na prática de integrantes do grupo como Paolozzi e Hamilton, denotando uma vontade profunda de rever o repertório artístico tradicional e de propugnar a adesão a uma iconografia contemporânea, extraída, em grande parte, do circuito da comunicação social. Enquanto Paolozzi explora claramente a heterogeneidade material da colagem, Hamilton realiza um trabalho mais complexo entre imagem técnica e imagem pictórica. Graças à mediação da pintura, a imagem efêmera da comunicação de massa transforma-se, com ele, num paradigma histórico.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação de massa; fotografia; pintura; Paolozzi; Hamilton.

DIÁLOGOS ENTRE IMAGENS: FOTOGRAFIA E PINTURA NA POP ART BRITÂNICA

Na conferência “O meio é a mensagem”, proferida em maio de 1966, Marshall McLuhan define a pop art como “o reconhecimento de que o próprio ambiente exterior pode ser processado como arte”, estabelecendo, a partir disso, uma relação com “um fenômeno eletrônico, pois só numa era de imediatismo e totalidade eletrônica se poderia pensar em tratar a totalidade do ambiente humano como uma obra de arte”. Mal vista pelos “artistas de elite”, pelo “pessoal do banco de sangue”, que consideram a nova vertente como “um meio de classificação”, “um mero meio de elaborar estatísticas”, a pop art é, ao contrário, “um meio de percepção”, que pode ajudar a treinar todos os recursos humanos num mundo cada vez mais complexo.¹

Várias questões imbricam-se no texto do pensador canadense, a começar pela idéia de que tudo pode ser transformado em arte, provocando reações por parte dos defensores da cultura de elite. Isso remete diretamente ao surgimento do nome da vertente, que, ao que parece, foi cunhado pelo crítico britânico Lawrence Alloway numa retomada polêmica do artigo “Vanguarda e kitsch”, publicado em 1939 por Clement Greenberg. Em resposta à análise do crítico norte-americano, pautada por uma dialética interna ao universo dos valores culturais, Alloway propõe estabelecer uma linha de continuidade entre belas-artes e pop art, “na qual o duradouro e o consumível, o intemporal e o temporal coexistissem, mas sem prejuízo, quer para os sentidos do espectador, quer para os padrões da sociedade”. O artigo “As artes e os meios de comunicação de massa” (1958) pretendia estabelecer uma relação intrínseca entre a pop art e o universo da indústria cultural, bem distante das teorizações elitistas de Greenberg, o qual, em 1953 (“O compromisso de nossa cultura: industrialismo e mobilidade de classe” e “O compromisso de nossa cultura: trabalho e lazer sob o industrialismo”), transformara a oposição binária de 1939 numa divisão da cultura em três categorias – “lowbrow”, “middlebrow” e “highbrow” –, dando ao segundo termo, que correspondia a um fenômeno surgido após a Segunda Guerra Mundial, uma conotação negativa.²

A tomada de posição de Alloway deve ser inserida na atuação do Grupo Independente, surgido como uma dissidência no interior do Instituto de Arte Contemporânea de Londres, que já em 1952 mostrava um interesse crescente pela cultura urbana e pela produção industrial. Seus integrantes eram artistas (Richard

¹ McLuhan, Marshall. “O meio é a mensagem”. In: McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005, pp. 130-131.

² Alloway, Lawrence. “O desenvolvimento da arte pop britânica”. In: Lippard, Lucy R. et al. A arte pop. Lisboa: Editorial Verbo, 1973, pp. 42-43; Whiting, Cécile. A taste for pop: pop art, gender and consumer culture. Cambridge: Cambridge University Press, 1997, pp. 247-248.

Hamilton, Eduardo Paolozzi, Nigel Henderson, John McHale, Victor Pasmore, William Turnbull), arquitetos (Alison e Peter Smithson) e críticos e historiadores (Peter Reyner Banham, Toni del Renzio, além do próprio Alloway). Assumindo uma posição crítica em relação ao legado da arte moderna – ainda em voga na década de 1950, sobretudo graças à militância de Herbert Read – e à idéia de civilização defendida por Kenneth Clark, o Grupo Independente propõe a adoção de uma visão ampliada da cultura, alicerçada no “estudo sistemático da iconografia do design automobilístico, da ficção científica, dos *westerns*, da indústria do *rock’ e’ roll*, da publicidade”³, entre outros.

Na óptica do grupo havia uma razão ponderável para adotar uma relação sem preconceitos com os produtos e os ícones da comunicação de massa: graças a eles estava sendo definido o padrão de vida do homem contemporâneo não apenas em termos materiais, mas também éticos e culturais. Aos detratores deste tipo de produção, Alison e Peter Smithson lembravam que uma linguagem como a publicidade requeria um alto grau de conhecimento (Literatura, Cibernética, Filosofia, Cosmética), uma vez que ela vinha carregada de informações sobre o modo de vida contemporâneo.⁴

As imagens que despertavam o interesse do Grupo Independente distinguiam-se do repertório anterior por sua qualidade efêmera, o que permitia uma rápida mudança na iconografia disponível. Se a repetição era uma de suas características, outro elemento determinante era a estrutura visual não convencional de sua apresentação – primeiros planos, séries, radiografias, vistas microscópicas e macroscópicas, exploração de aspectos fragmentários, indistintos, desfocados –, numa demonstração da presença do gesto, quase ausente no âmbito artístico tradicional. Ícone descartável, nos dizeres de McHale⁵, a imagem dos meios de comunicação de massa era essencialmente antiacadêmica, opondo-se a um sistema rígido, estático, com aspirações à permanência. Por proporcionarem um *continuum* entre realidade e fantasia, as artes de massa desempenhavam um importante papel educacional, pois orientavam “o consumidor nos estilos atuais, mesmo quando parecem pura e intemporalmente eróticas e fantásticas”.⁶

Uma vez que a questão central do segundo pós-guerra era a sociedade de massa, Alloway acreditava que a busca de uma nova definição de cultura era uma tarefa urgente. A cultura não poderia mais ser definida como algo destinado a poucos e voltado para o futuro. Era necessário ir além dos limites impostos pela teoria artística do Renascimento e afirmar que a cultura abarcava o “conjunto das atividades humanas”. Dentro desta perspectiva, a arte deixava de ser a manifestação privilegiada da cultura para converter-se numa das “formas possíveis de comunicação numa estrutura ampliada que inclui também as artes de massa”.⁷

Essa mudança de paradigma é retomada por Alloway num artigo de 1959 – “A longa frente da cultura” –, no qual se propõe que “quadros a óleo únicos e poemas profundamente pessoais, assim como filmes de distribuição maciça e revistas de circulação direcionada” sejam colocados “dentro de um *continuum*, e não mais congelados em estratos numa

³ Banham, Reyner. “Who is this ‘pop’?”. In: Francis, Mark, org. *Pop*. London: Phaidon Press, 2005, p. 224.

⁴ Smithson, Alison & Peter. “But today we collect ads”. In: Francis, Mark, org. *Op. cit.*, p. 195.

⁵ McHale, John. “The expendable icon”. In: Francis, Mark, org. *Op. cit.*, p. 202.

⁶ Alloway, Lawrence. “The arts and the mass media”. In: Francis, Mark, org. *Op. cit.*, p. 199.

⁷ *Ibid.*, pp. 199-200.

pirâmide”. O crítico procura exemplos de conhecimento não-hierárquico nos estudos literários voltados para o fenômeno da recepção e no interesse da sociologia pelo jornalismo e pelo comportamento da multidão, com um objetivo determinado: inserir os meios de comunicação de massa num novo contexto cultural, que propicie a saída do museu e da biblioteca e a ida para um mundo povoado por pessoas comuns. Embora reconheça que os meios de comunicação social fornecem um conhecimento padronizado e universal, Alloway não deixa de enfatizar aspectos particulares desse “acervo de informação comum”, que incentivam usos altamente pessoais das tecnologias de massa.⁸

A revisão do conceito de cultura no interior do Grupo Independente ocorre no momento em que diversas áreas do conhecimento se interrogam sobre essa estrutura hierárquica e altamente codificada. É o caso do historiador Raymond Williams, o qual, em *Culture and society: 1780-1950* (1958), estuda as vicissitudes do conceito de cultura e sua transformação, no século XIX, num campo especializado de atividades, ligado à burguesia e direcionado para o cultivo do sujeito individual.⁹

Como lembra Banham, pop art era sinônimo de cultura de massa norte-americana, o que geraria, segundo Hal Foster, uma espécie de paradoxo no debate intelectual do Grupo Independente. Se os jovens artistas e intelectuais estavam bastante próximos dessa cultura – o que lhes permitia conhecê-la bem –, estavam, ao mesmo tempo, bastante distantes dela para desejá-la e não questioná-la em demasia.¹⁰ O argumento do autor norte-americano merece reparos, uma vez que a prática dos artistas britânicos apresenta, freqüentemente, um viés crítico em sua abordagem do universo da comunicação de massa.

O fascínio pela cultura de massa norte-americana é, sem dúvida, determinante, ao lado do interesse pelo surrealismo, na produção de um conjunto de colagens de Paolozzi, realizadas entre 1947 e 1950, a partir de fragmentos de histórias em quadrinhos, anúncios publicitários, revistas populares, cartões postais, entre outros. Embora o artista não as considerasse obras acabadas, mas antes um álbum de recortes¹¹, é possível detectar nelas aquela leitura particular do repertório dos meios de comunicação de massa, a que Alloway fará referência em 1959. Quando Paolozzi apresenta estes trabalhos numa das primeiras reuniões do Grupo Independente (abril de 1952), eles não são bem recebidos. Com exceção de Banham, que participa do encontro por acaso e que percebe o alcance da pesquisa do artista, as colagens são consideradas crípticas ou triviais. Um outro participante, Turnbull, que não se impressiona com as imagens, projetadas por meio de um epidiascópio, detecta nelas o princípio do *ready-made*, que relacionará posteriormente com a casualidade visual inerente às revistas ilustradas, poderoso instrumento de ruptura com o pensamento lógico.¹²

Uma das primeiras experiências com as “metáforas já feitas” – nome que Paolozzi dará a suas colagens – é *Eu era o brinquedo de um homem rico* (1947), na qual já são evidentes as relações entre mercadoria e sexualidade que pontuarão essas composições. A colagem funde a capa de uma revista sensacionalista, *Intimate Confessions*, que mostra

8

Alloway, Lawrence. “The long front of culture”. In: Francis, Mark, org. Op. cit., p. 200.

9

Cf. Kaizen, William R. “Richard Hamilton’s tabular image”. *October*, Cambridge, (94), fall 2000, pp. 114-115.

10

Banham, Reyner. Op. cit., p. 224; Foster, Hal. “Survey”. In: Francis, Mark, org. Op. cit., p. 20.

11

Livingstone, Marco. *Pop art: a continuing history*. London: Thames & Hudson, 2003, p. 34.

12

Cf. Myers, Julian. “The future as fetish”. *October*, Cambridge, (94), fall 2000, p. 77.

uma mulher vestida de vermelho em pose erótica, com as imagens de uma mão masculina apontando para ela um revólver, do qual se origina um balão com a escrita “Pop!”, dos anúncios de uma torta de cereja, de um suco de fruta (Real Gold), da Coca-Cola e de um avião bombardeiro, acompanhado pela inscrição “Keep ‘em flying!” (Mantenha-os voando). A ligação entre erotismo e consumo impõe-se de imediato. A jovem é apresentada como um objeto entre outros, pronta para o consumo como os alimentos que ocupam o mesmo campo visual: a torta e o suco. Se o campo superior corresponde ao feminino, o inferior é nitidamente masculino, dominado pelas figuras fálicas do avião e da garrafa de refrigerante. O ponto focal da composição – a palavra “Pop!” – cria um elo entre os dois campos, introduzindo a dimensão da violência num universo feito de formas intercambiáveis.

A associação entre mulher, comida e produtos de consumo é também central em outras colagens produzidas entre fins da década de 1940 e início dos anos 1950. *Dr. Pepper* (1948) resulta da justaposição de vários anúncios publicitários, entre os quais a bebida que dá título à composição e o sabão em pó Ivory Flakes, representado pela figura da jovem partida em duas metades (de vestido florido e de combinação). *Real Gold* (1948) retoma em alguns aspectos a estrutura de *Eu era o brinquedo de um homem rico*: à capa de uma revista sensacionalista, *Breezy stories*, na qual se vê uma mulher semidespida numa pose alusiva, são justapostas as imagens de um galhardo Mickey e de uma lata de suco de limão. Da sobreposição entre as histórias alegres (prometidas pela capa da revista), o ouro verdadeiro (oferecido pela bebida), a pose erótica da jovem e a atitude atrevida do personagem de Walt Disney surge um jogo explícito de remissões, que não deixa dúvidas sobre a relação profunda entre imagem e mercadoria. *Meet the people* (c. 1948) deriva seu título do filme homônimo estrelado por Lucille Ball em 1944. A imagem da atriz funde-se com um prato de comida, o qual, por sua vez, se funde com um copo de suco de laranja, enquanto a porção inferior é ocupada por uma Minnie vaidosa e uma lata de atum.

Bunk! Evadne em dimensão verde (1952) é outra imagem emblemática desse conjunto, no qual sexo e consumo constituem uma dimensão única. O termo “Bunk!”, que dará título à série de colagens publicada em 1972, é encontrado por Paolozzi na revista *Mechanichs and Handicrafts*, de dezembro de 1936, acompanhado de uma publicidade da técnica de musculação de Charles Atlas. A flecha apontando para a parte inferior da sunga vestida pelo atleta e a imagem de um pênis encapsulando uma figura feminina são representações bem explícitas de uma sexualidade alardeada para ser comercializada. A figura do atleta que segura um carro com uma das mãos pode remeter a um significado de “bunk” que vá além da onomatopéia. Henry Ford, fundador da companhia homônima, havia declarado em 1916 que a história “era mais ou menos uma bobagem”, a fim de glorificar o presente. É no significado de “bunk” como bobagem, contra-senso, próprio da gíria norte-americana, que deve ser buscado o elemento propulsor das composições de Paolozzi, que exploram o aparente *nonsense* das imagens geradas e divulgadas pela comunicação de massa.¹³

B

Foster, Hal. Op. cit., p. 40, n. 26; “Works”. In: Francis, Mark, org. Op. cit., p. 51.

Esse tipo de apresentação, denominada por Hal Foster de “estética do quadro de avisos”¹⁴, havia sido usado por Hamilton em 1951 na exposição “Crescimento e forma”, com a projeção de fotografias múltiplas de estruturas naturais. Em 1953, Paolozzi, Alison e Peter Smithson e Henderson lançam mão do princípio da colagem na mostra “Paralelo da vida e da arte”. Fotografias antropológicas, médicas, científicas e jornalísticas, desenhos infantis, hieróglifos, reproduções de obras modernas e de arte tribal são apresentadas em imagens de grande formato, dispostas desordenadamente, sem qualquer relação (aparente) entre si, suspensas das paredes e do teto da galeria do Instituto de Arte Contemporânea, de maneira a provocar um efeito de estranhamento no observador.

O interesse pela imagem como sinônimo de material visual em sentido lato está na base de outra exposição a cargo de Hamilton, “Homem, máquina e movimento” (1955). A fotografia desempenha um duplo papel na mostra: pode ser tanto uma prova documental, quanto um exemplo de fantasia e de imaginação, ganhando, desse modo, propriedades em geral associadas às artes plásticas.¹⁵

Por iniciativa de Theo Crosby, editor de *Architectural Digest*, na qual haviam sido publicados artigos do Grupo Independente, é realizada, em 1956, uma exposição que sintetiza visualmente as discussões travadas desde 1952. Para “Isso é amanhã”, montada na galeria Whitechapel, Crosby organiza doze grupos de trabalho, integrados por artistas, arquitetos e designers. Conceitos sociológicos, antropológicos e científicos norteavam a formulação da temática de cada ambiente, tendo como pressuposto comum a idéia da existência de intersecções entre as manifestações culturais. Alloway, del Renzio e o arquiteto Geoffrey Hollroyd estruturam um mural de avisos como demonstração de uma forma de conhecimento não-linear.

A proposta relacionada mais diretamente com o universo da comunicação de massa é de autoria de Hamilton, McHale e do arquiteto John Voelcker, os quais dão uma forma espetacular ao que era ainda latente em “Paralelo da vida e da arte” e “Homem, máquina e movimento”. Uma arquitetura de parque de diversões, com falsa perspectiva, pavimento liso e luz escura no interior, no qual um *juke-box* tocava os sucessos do momento, é o cenário concebido pelo trio para celebrar a cultura de massa. A área mais significativa era o exterior do pavilhão, com suas várias citações de ícones da cultura de massa: um robô recortado, de 5,18 m. de altura, do filme de ficção científica *Planeta proibido*, que carregava uma moça; um cartaz gigantesco com a imagem de Marilyn Monroe em *O pecado mora ao lado*; uma enorme garrafa de cerveja.

A contribuição mais importante de Hamilton para “Isso é amanhã” está num trabalho individual: a colagem *O que é que torna os lares de hoje tão diferentes, tão atraentes?* (1956), concebida para o catálogo da mostra. Verdadeiro inventário da cultura de massa, a colagem foi cuidadosamente planejada pelo artista, que discriminou os itens que deveriam figurar nela: “homem, mulher, humanidade, história, comida, imprensa, cinema, TV, telefone, quadrinhos (informação visual), palavras (informação textual), gravador (informação auricular), carros, utensílios domésticos, espaço”.¹⁶

14

Foster, Hal. Op. cit., p. 22.

15

Cf. Alloway, Lawrence. “O desenvolvimento da arte pop britânica”. Op. cit., p.37.

16

Apud: Kaizen, William R. Op. cit., p. 116.

Na colagem não falta nenhum dos elementos listados por Hamilton, os quais foram recortados de revistas ilustradas pela esposa Terry e por uma amiga, Magda Cordell, que participava das reuniões do Grupo Independente. O homem musculoso carregando uma raquete com a escrita “Pop”, a mulher seminua, a estampa do tapete formada pelo detalhe de uma fotografia em preto e branco que mostrava pessoas numa praia, o retrato a óleo, a lata de presunto, as xícaras de café, a cesta de frutas, o jornal apoiado no sofá vermelho, o cartaz de *O cantor de jazz* encimando a sala cinematográfica que se divisa da janela, o aparelho de televisão ligado, no qual se vê a imagem de uma moça falando no telefone, uma tira ampliada de uma história em quadrinhos transformada em cartaz, as diversas referências textuais, o gravador no chão, o símbolo da Ford, o aspirador de pó e o teto lunar compõem um ambiente um tanto *sui generis*, no qual o lar e a cidade que o abriga são vistos como uma rede de referências e ícones que configuram a percepção contemporânea. A cidade que o artista oferece ao espectador não tem nada a ver com a utopia moderna. A “cena densamente simbólica, entrecruzada pelos traços da atividade humana” é resultado de uma “apreensão subjetiva da cidade, como lugar conhecido, definido por jogos, por multidões, pela moda”.¹⁷

Construída com os mesmos princípios que regiam os apontamentos de Paolozzi – figuras integrais, inter-relação entre imagem e texto, distribuição calculada dos elementos da composição –, a colagem de Hamilton distingue-se por um aspecto, apontado por ele mesmo: é simultaneamente “tabular” e “pictórica”. À diferença de Paolozzi, que explora a heterogeneidade material da colagem, Hamilton organiza *O que é que torna os lares de hoje tão diferentes, tão atraentes?* como um quadro, que é, ao mesmo tempo, uma tabulação horizontal da cultura de massa. Se cada imagem é dotada de existência própria, participa também do campo total, com o qual mantém uma relação tensa, por não estar totalmente sujeita a ele.¹⁸

A importância da imagem fotográfica para o Grupo Independente é também comprovada por uma colagem de Henderson apresentada no pavilhão de “Isso é amanhã” a cargo dele, de Paolozzi e do casal Smithson. Henderson que, desde o começo dos anos 1950, se dedicava a fotografar fachadas de lojas populares, apresenta na exposição um trabalho de derivação fotográfica, *Cabeça de homem* (1956). Esse auto-retrato singular, que Julian Myers aproxima de uma colagem de Paolozzi, realizada em 1952 com fragmentos de capas da revista *Time*¹⁹, é construído com dois tipos de imagem técnica: fotogramas de restos bélicos e fotografias de ataques aéreos a Londres durante a Segunda Guerra Mundial, tomadas no East End. A desagregação a que Paolozzi submete as efígies de homens poderosos, com cujos fragmentos configura o rosto de um herói das Olimpíadas de 1952, Bob Mathias, está também presente no auto-retrato de Henderson, mas de maneira própria. Enquanto a fragmentação de Paolozzi torna a imagem paradoxal, mas ainda reconhecível, o interesse de Henderson pela estética da arte bruta e pelo tratamento áspero que Jean Dubuffet imprimia a suas composições

17

Alloway, Lawrence. “O desenvolvimento da arte pop britânica”. Op. cit., p. 48. Vide também Compton, Michael. *Pop art*. London-New York-Sydney-Toronto: Hamlyn, 1970, p. 47.

18

Kaizen, William R. Op. cit., pp. 116-118; Foster, Hal. Op. cit., p. 22.

19

Myers, Julian. Op. cit., p. 83.

leva-o a construir uma figura de aspecto rude, em cuja superfície os diferentes elementos se sobrepõem quase à guisa de grafitos, corroendo o aspecto indicial das fotografias.

Dubuffet e imagens de derivação fotográfica são igualmente determinantes para as colagens de McHale. A presença do pintor francês pode ser detectada no contorno humano assumido pela composição, em cujo interior são inseridas imagens fragmentárias, provenientes de revistas ilustradas de grande circulação. Trata-se de representações de mercadorias e alimentos – que Alloway compara às figuras do pintor maneirista Giuseppe Arcimboldo, com a ressalva de que elas não remetem a ocupações, mas a hábitos de consumo²⁰ –, e também de aspectos das novas tecnologias e de estruturas arquitetônicas.

Depois de “Isso é amanhã” e de *O que é que torna os lares de hoje tão diferentes, tão atraentes?*, Hamilton continua a utilizar imagens fotográficas, derivadas, em grande parte, de revistas ilustradas e de anúncios publicitários. A enumeração das fontes visuais de *Hommage à Chrysler Corp.* (1957) não deixa dúvidas sobre seu interesse por uma iconografia que nada devia ao repertório artístico tradicional. “Compilação de temas derivados das revistas ilustradas”, o quadro é apresentado pelo artista como um resultado da mostra “Homem, máquina e movimento”, dos debates do Grupo Independente e das pesquisas de Banham sobre o design automobilístico. Seu principal motivo, o veículo, é “uma antologia de técnicas de apresentação”, visto lançar mão de fotografias focadas e desfocadas e explorar o significado conferido às cores pelo artista e pelo publicitário. O veículo é construído com fragmentos de anúncios do Plymouth Chrysler e do Imperial e com material da General Motors e da Pontiac. A imagem feminina é configurada a partir de duas fontes: o diagrama do sutiã Exquisite Form e os lábios de Voluptua. O cenário do conjunto, “vagamente arquitetônico”, é uma espécie de sala de exposição nos moldes do “estilo internacional”, com algumas sugestões de Piet Mondrian e Eero Saarinen. Há ainda “uma citação” de Marcel Duchamp como referência direta, além de algumas alusões a quadros do próprio artista.²¹

Não é fácil distinguir no quadro todas as fontes enumeradas por ele. Duchamp é uma presença conceitual. Hamilton estava estudando, naquele momento, *O grande vidro* (1915-1923), do qual poderia estar evocando livremente suas duas áreas, a máquina celibatária e a noiva. Os diferentes modelos de automóvel citados são despedaçados e recombinaos de maneira híbrida, num processo de redução que transforma em linhas e manchas de cor os elementos imediatamente reconhecíveis, farol e pára-choque. O aspecto curvilíneo do automóvel ecoa nas curvas monocromáticas da figura feminina, que se funde com ele. A mulher é antes uma evocação do que uma forma tangível: é representada, por intermédio de uma sinédoque, pelos lábios vermelhos de Voluptua, estrela de um espetáculo televisivo transmitido durante a madrugada, e pela armação do sutiã.

A presença de Duchamp confere à obra do pintor britânico um significado crítico. Ao dotar a máquina dos valores do sexo, o artista francês transmutava o inorgânico em orgânico e atribuía, desse modo, uma vida instintiva ao que deveria ser puramente mecânico e funcional. Hamilton parece ter-se interessado por um aspecto particular de *O grande vidro* – o motor-

20

Alloway, Lawrence. “O desenvolvimento da arte pop britânica”. Op. cit., p. 38.

21

Hamilton, Richard. “Hommage à Chrysler Corp.”. In: Francis, Mark, org. Op. cit., p. 198.

desejante da máquina celibatária, cuja oferta era rejeitada calidamente pela noiva²² –, pois este lhe permitia evocar o apelo erótico que está na base das estratégias publicitárias.

O modo de apresentação do carro – uma visão aproximada e lateral – pode ser um lembrete de que as fontes de que se serve o artista são de proveniência fotográfica, o que gera uma certa tensão na composição, situada entre duas estratégias visuais e entre duas modalidades de representação, figurativa e abstrata. A mesma ambigüidade perpassa *A situação dela é suntuosa* (1958), cujo título retoma uma publicidade da Buick, citada no artigo de Banham, “Veículos de desejo” (1955). A antropomorfização do automóvel, que permeia o anúncio citado no artigo de 1955, é retomada de maneira irônica por Hamilton, o qual confronta o observador com um híbrido de automóvel e corpo feminino, dotado de atributos sensuais, tais como formas arredondadas e curvas acentuadas, além dos lábios que ocupam o eixo central da composição.

Não é apenas o automóvel, na qualidade de fetiche e de símbolo da sociedade de consumo, que atrai a atenção de Hamilton. Anúncios publicitários de utilidades domésticas são o ponto de partida de *She* (1958-1961), sua obra mais crítica em relação às estratégias publicitárias. A associação mulher/dinheiro/consumo, explicitada pela presença do cifrão no título, não poderia ser mais direta, indo na contramão das alusões e sugestões típicas da linguagem da publicidade.²³ A mulher evocada pelo título do quadro pode ser tanto a imagem feminina como chamariz publicitário, quanto a dona de casa destinatária do anúncio. O paraíso doméstico prometido pelas técnicas de venda é, porém, um cenário grotesco: a geladeira pinga sangue, a torradeira confunde-se com o aspirador de pó, a mulher é um fragmento amorfo, encimado por um olho de plástico que pisca. Não é apenas este elemento real que coloca em crise a homogeneidade da composição. Na obra, em que o brilho das imagens publicitárias é imitado à perfeição pelo pincel, Hamilton introduz ainda uma ampliação fotográfica do mecanismo de descongelamento automático da geladeira, retirado de um anúncio da Frigidaire, fotografado em ângulo superior.

A tensão entre figuração e abstração, que caracteriza também *Pin up* (1961) – trabalho em que o artista desnaturaliza a fotografia erótica que é o centro da composição, sem deixar de lançar mão de um registro mais realista como o sutiã –, cede lugar a um uso mais direto da imagem técnica numa série de obras realizadas na década de 1960. Num artigo publicado em fevereiro de 1969, o artista deixa claro o que o leva a utilizar a fotografia:

*Gostaria de pensar que interrogo a realidade. A fotografia é apenas um meio, mas o mais direto que conhecemos, pelo qual uma existência física pode modelar uma superfície bidimensional. A pintura viveu, por muito tempo, o paradoxo de ter que informar sobre um mundo multidimensional no espaço limitado da tela. Meu objetivo é fazer entrar a fotografia no campo do paradoxo, incorporá-la às contradições filosóficas da arte, bem como abarcar seu atrativo potencial como meio.*²⁴

22

Venancio Filho, Paulo. Marcel Duchamp. São Paulo: Brasiliense, 1986, p. 47.

23

Livingstone, Marco. Op. cit., p. 37.

24

Apud: Aubry, Brigitte. “Le mariage du pinceau et de la lentille: la peinture hybride de Richard Hamilton”. *Études Photographiques*, Paris, (11), mai 2002, p. 128.

A realidade que Hamilton deseja interrogar continua sendo aquela configurada pelos meios de comunicação de massa. Por isso, a fotografia é tão central em sua prática; o que lhe interessa é colocar sob exame sua objetividade e apresentá-la como um instrumento de codificação visual, não muito diferente, nesse sentido, do ilusionismo pictórico. Na série *Rumo a uma declaração definitiva sobre as próximas tendências na moda e nos acessórios masculinos* (1962), sua atenção volta-se para a construção de conceitos específicos de masculinidade promovida pela imprensa. As personalidades escolhidas – o presidente John Kennedy, o astronauta John Glenn, um corretor de Wall Street, um jogador de futebol americano, um levantador de peso – integram uma tipologia de beleza masculina, associada com a moda e com o ideal clássico, de acordo com os parâmetros de revistas como *Playboy* e *Life*, entre outras.²⁵

O artifício inerente aos mecanismos visuais explorados pelo cinema é o eixo de outra série realizada em 1964, *Interior*. A integração de áreas pintadas com colagens ilusionistas gera uma sensação espacial paradoxal. As colagens parecem freqüentemente corpos estranhos; seu tamanho e o lugar que ocupam no interior da composição desafiam a lógica da representação. A presença mais estranha é a humana, ora por não passar de um objeto entre outros, ora por constituir o elemento determinante da composição, embora dando a impressão de ser alheia a ela. É o que acontece, por exemplo, com a figura serigrafada a partir de um *still* cinematográfico dos anos 1940 da atriz Patricia Knight, cujo tamanho e cuja posição na cena criam um estranhamento perceptivo, pois parece ter sido aposta num espaço ao qual não pertence (*Interior II*).²⁶

A idéia de que o futuro estaria assentado no “desenvolvimento de nossas potencialidades perceptivas para aceitar e utilizar o contínuo enriquecimento do material visual”²⁷, manifestada por Hamilton quando de sua participação em “Isso é amanhã”, atinge seu apogeu em 1965. Neste momento, o artista realiza algumas obras, nas quais a fotografia desempenha um papel de fato central, não apenas sob o ponto de vista iconográfico, mas também como método de trabalho e como ponto de partida para uma investigação sobre suas reais possibilidades de informação. É o que demonstra *Natureza-morta*, considerada por Hamilton um *ready-made* ajudado.²⁸ A imagem de uma torradeira, derivada de um catálogo publicitário, recebe um tratamento pictórico mínimo, que realça paradoxalmente sua qualidade fotográfica. Tal como fizera nos quadros do final dos anos 1950, o pintor imita os efeitos ilusionistas da publicidade – neste caso, a serviço da total legibilidade da imagem.

Bem mais complexa é a estrutura de *Minha Marilyn*, configurada a partir de algumas fotografias realizadas para as revistas *Vogue* (Bert Stern) e *Cosmopolitan* (George Barris). Publicadas na revista *Town* com anotações pessoais da atriz, a qual marcava com a palavra “good” (boa) as imagens que eram de seu agrado e traçava cruces nervosas sobre as que não desejava ver divulgadas, elas despertam a atenção de Hamilton por trazerem, embora de maneira sumária, a mesma tensão entre fotografia e intervenções

²⁵ Livingstone, Marco. Op. cit., pp. 180-181.

²⁶ A figura da atriz é fonte de uma sensação de estranhamento, mesmo quando é apresentada fora da série *Interior*, por estar isolada de qualquer contexto (Patricia Knight 4/6, 1965).

²⁷ *Apud*: Amaya, Mario. Pop art... and after. New York: The Viking Press, 1965, p. 33.

²⁸ Cf. Aubry, Brigitte. Op. cit., p. 130.

manuais que caracterizava suas obras. Após colar algumas dessas imagens diretamente na tela, o pintor sobrepõe sua marca às do fotógrafo e da atriz: altera as provas contatadas, imita o gesto de recusa, refaz outras pictoricamente, dando uma amostra dos diversos níveis de intervenção a que uma fotografia pode ser sujeita.

Estabelece-se um jogo dialético entre pintura e fotografia. A pintura, longe de criar a realidade, parece obliterá-la. As intervenções manuais do pintor mostram que o grau de perfeição buscado por Marilyn Monroe depende não de uma suposta naturalidade, mas de diferentes manipulações que reconciliam o sujeito com a própria imagem. No momento em que a atriz é transformada num contorno indiferenciado e sem rosto, o que resta da fotografia e de sua lógica indicial? Uma resposta pode ser buscada na repetição, em dois momentos diferentes, de uma imagem considerada boa pelo modelo: ela persiste, por entre marcas e alterações, atestando sua capacidade de configurar uma visualidade que não é pictórica.

Também em 1965, tem início uma experimentação sobre as possibilidades informativas e representativas da fotografia, a partir da ampliação de um cartão postal. O primeiro resultado dessa pesquisa é *Baía Whitley*: A imagem final, obtida a partir da ampliação de uma área do cartão, configura-se como uma superfície indeterminada, uma vez que a nitidez do registro original foi substituída por uma trama de pontos. O trabalho seguinte é bem mais radical. *Pessoas* (1965-1966) lança mão da mesma imagem, ampliada ainda mais até tornar-se quase ilegível. Nele, estão presentes questões que Hamilton vinha discutindo desde a década anterior, sobretudo a possibilidade de coexistência de figuração e abstração, mas a ambigüidade que sempre perpassou sua poética é levada a um limite extremo. No quadro – como afirma Brigitte Aubry –, o que está em jogo não é a fotografia como registro. Ao apropriar-se de uma imagem já pronta, o artista está investigando um modo específico de representação e, mais ainda, testando a própria capacidade de continuar a ser pintor, mesmo estando muito próximo da fotografia.²⁹

O processo de transformação da imagem de partida é bastante longo. O cartão postal de uma cidade à beira-mar é primeiramente recortado para que a cena do quadro tenha como eixo a praia. A praia, por sua vez, é sujeita a um segundo corte, que isola o trecho que o pintor pretende explorar. Transformada num negativo de 35 mm, a imagem é fonte de uma cópia monocromática em tamanho padrão, que é refotografada. O processo de ampliação é repetido várias vezes até ser obliterado o primeiro sentido do cartão: o que se vê, no final do processo, são sombras indistintas, próximas da abstração. Às massas escuras, em que se converteram os elementos indiciais da fotografia, são acrescentados toques de tinta branca e preta, jogando com as qualidades do brilhante e do opaco. A imagem, que poderia evocar um negativo, ao ser animada pelas notas cromáticas, acaba por desvelar o poder da pintura. Esta demonstra ser capaz de realizar uma trajetória completa em volta da evidência, a princípio, mascarada e, finalmente, transfigurada.³⁰

O mesmo princípio analítico é aplicado a *Praça Trafalgar* (1965-1967), mas a indistinção não é tão pronunciada. Em *I'm dreaming of a white Christmas* (1967-1968),

29

Ibid., p. 128.

30

Ibid., p. 135. A respeito do processo técnico, vide também Francis, Mark, org. *Op. cit.*, p. 166.

Hamilton leva adiante outro tipo de experiência: pinta a mão um *still* cinematográfico do intérprete da canção que dá título ao quadro, Bing Crosby, dando a impressão de que se trata da ampliação de um negativo colorido.

A construção da realidade pelos meios de comunicação de massa e o uso da fotografia como evidência estão na base de *Swingeing London 1967* (1968), composta de uma litografia em off-set e de seis variações (serigrafia e óleo; aerógrafo; acentuação ou diminuição dos contrastes luminosos etc.) de uma mesma imagem. A litografia tem seu ponto de partida na prisão ruidosa de dois integrantes dos Rolling Stones e de Robert Fraser, galerista de Hamilton, por porte de drogas. O título do conjunto de trabalhos é resultado de um jogo de homofonia entre dois adjetivos: “swingeing” (severo), em alusão à dura sentença do juiz, e “swinging” (liberal), numa retomada da definição que a revista *Time* (abril de 1966) dera à atmosfera de permissividade que caracterizava Londres naquele momento.

Composto com recortes de jornal, fotos de imprensa e imagens relacionadas com o processo – o cabeçalho do papel timbrado da galeria de Fraser, a embalagem de um pacote de incenso, por exemplo –, o cartaz, que se origina da litografia, é uma enorme colagem descontínua, em que a sobreposição de notícias proposta pelo artista acaba funcionando como um painel crítico do circuito de informação. Alguns cabeçalhos e textos são emoldurados ou sublinhados por finas camadas de cor; como elas incidem em descrições de vestuário feitas pela imprensa, sua presença pode ser considerada – segundo William Kaizen – como a visão crítica de Hamilton a respeito do episódio. A descrição arbitrária e imperfeita das cores, que pontua os diferentes recortes, seria o elemento de que se serve o pintor para pôr em realce as falsas representações da realidade que regem a construção da notícia pelos meios de comunicação de massa.³¹

As fotografias, que se intercalam com as colunas impressas, não sofrem qualquer tipo de intervenção, a não ser a aplicação de leves toques laterais de tinta no caso de dois retratos – um de Mick Jagger, outro de Brian Jones. As diferentes imagens públicas dos Rolling Stones, de Marianne Faithful (namorada de Jagger), de Fraser, além de um flagrante de dois indiciados na viatura da polícia, interagem criticamente com os textos: reforçam a construção da personagem em detrimento do sujeito, isto é, a presença de uma marca distintiva no contexto da indústria do entretenimento. É significativo, nesse sentido, que Hamilton escolha alguns retratos frontais dos indiciados – Jagger, Fraser e Keith Richards –, pois isso lhe permite reportá-los à tipologia da fotografia judicial, mostrando como a imprensa tem condições de fazer um julgamento sub-reptício. A sobreposição do rosto centralizado de Richards à imagem de corpo inteiro, na qual o músico fora fotografado em posição lateral, é um claro índice de como as evidências são manipuladas pela imprensa para que o noticiário assumira uma determinada direção.

A primeira fotografia da colagem – Fraser e Jagger algemados, protegendo-se dos flashes dos fotógrafos, a caminho do tribunal – é retomada e retrabalhada como imagem única. A fotografia, publicada no *Daily Mail*, é ampliada e retocada, a fim de excluir o exterior

31

Kaizen, William R. Op. cit., pp. 122-124.

da viatura policial e alargar sua parte interna. Próxima do fotojornalismo pela granulação, a primeira imagem do conjunto (1968-1969) assume, ao mesmo tempo, um tom irrealista, em virtude do distanciamento que o artista lhe imprime ao escolher cores esmaecidas e ao criar uma atmosfera de suspensão, que retira toda dimensão temporal da cena.

Uma observação de Jean Baudrillard a respeito da pop art como manipulação de diferentes níveis de percepção mental parece responder de perto às diferentes operações empreendidas com a imagem fotográfica pelos membros do Grupo Independente e, particularmente, por Hamilton. O “cubismo mental”, que o autor detecta nas operações pop – voltadas para uma difração do objeto, “em conformidade com as modalidades de percepção elaboradas no decurso dos séculos por toda uma cultura, a partir da sua aparelhagem intelectual e técnica: realidade objetiva, imagem/reflexo, figuração desenhada, figuração técnica (a foto), esquematização abstrata, enunciado discursivo, etc.”³² –, pode ser considerado um dos elementos determinantes da poética de Hamilton.

O que faz este senão interrogar e confrontar duas linguagens, a fim de configurar imagens profundamente ambíguas, que exploram e misturam diferentes regimes ópticos? A aceitação da fotografia publicitária *tout court* (*O que é que torna os lares de hoje tão diferentes, tão atraentes?*), a interação de práticas heterogêneas, a meio caminho entre figuração e abstração, nas quais o brilho das fontes fotográficas é recriado de maneira ilusionista pela pintura (*Hommage à Chrysler Corp., A situação dela é suntuosa, \$he, Pin up*), o uso mais direto da imagem técnica na década de 1960, com diversos graus de problematização, demonstram que o artista britânico concebe o próprio trabalho no interior da iconografia de massa como uma mediação ambígua e complexa entre atualidade e história da arte. Não por acaso, Marco Livingstone evoca a idéia da colagem cubista a respeito da estrutura de *\$he*: cada fragmento de imagem técnica funciona como citação de uma convenção específica mais do que como medida das convicções ou dos pontos de vista do próprio artista.³³

Na década de 1960, a análise dos modos de percepção torna-se mais sistemática, levando Hamilton a explorar a contradição visual, a lançar mão da lógica pictórica da fotografia para confundir o espaço³⁴, a questionar o funcionamento da imagem no âmbito do sistema de comunicação. Nessa trajetória, não é seu objetivo esclarecer a natureza da fotografia. Ao apropriar-se dela, o artista realiza uma operação bem mais complexa. A casualidade da tomada, seu aspecto anedótico ou documental são transformados em paradigmas históricos³⁵, graças às intervenções e às integrações pictóricas que permitem lançar um olhar analítico sobre um ícone concebido para ser efêmero.



ANNATERESA FABRIS é professora do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, e pesquisadora do CNPq. É autora de diversos livros dedicados à arte moderna e contemporânea. Organizou diversas coletâneas, das quais as mais recentes são *Imagem e conhecimento* (em colaboração com Maria Lúcia Bastos Kern) e *Crítica e modernidade*.

³² Baudrillard, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1991, p. 125.

³³ Livingstone, Marco. *Op. cit.*, p. 37.

³⁴ Scharf, Aaron. *Arte e fotografia*. Torino: Einaudi, 1979, p. 339.

³⁵ Aubry, Brigitte. *Op. cit.*, p. 129.