



## A Indiferenciação do Meio e a Portabilidade da Obra de Marcel Duchamp<sup>1</sup>

Bruna Estevanin COSTA<sup>2</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

### Resumo

Durante sua trajetória artística o homem do século XX – e talvez ainda persista como maior nome da arte contemporânea até os dias de hoje –, Marcel Duchamp, apresentou traços únicos em seus trabalhos. Ao idealizar e criar o primeiro *readymade*, em 1913, fundamentado pela troca de meios – das telas para o objeto corriqueiro –, Duchamp alcançou a indiferenciação máxima, indiferença essa que seria responsável tanto pelo seu marco artístico como auxiliadora da dispersão e consequente portabilidade de sua obra.

**Palavras-Chave:** comunicação; portátil; Marcel Duchamp; *readymade*.

### 1. Introdução

Quando analisa-se a trajetória da arte, independente de seu momento histórico, é provável se deparar com uma forte correlação de seu percurso com os rumos das mudanças sociais, culturais, políticas e econômicas que circundam a produção estética: em outras palavras, artistas são pessoas que, em seu próprio tempo e em suas respectivas percepções de mundo, têm na produção artística respingos da sociedade circundante – não poderia, assim, ser dissociada dos contextos em que vivem.

Marcel Duchamp, como artista, não poderia viver uma realidade diferente da descrita anteriormente. Vivendo em meio à transição artística, o francês viu vanguardas e correntes nascer e morrer, também assistiu o modernismo passar e ninguém ficar imune a ele. Produziu, contudo e apesar de contextualizada, uma obra única e diferente que ressoa até os dias de hoje, especialmente após a produção dos *readymade*.

Entendendo o *readymade* como um meio de comunicação entre a sociedade e Duchamp, como uma expressão de seus conceitos artísticos, é possível traçar uma linha para entender porque e como ele foi feito. Aqui, foi através dele que Duchamp

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Graduanda da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora. Bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET), financiado pela Secretaria de Ensino Superior (SESu/ MEC) que tem como propósito integrar na graduação as atividades de ensino, pesquisa e extensão. Orientada pelo Prof. Dr. Potiguara M. Silveira Junior. Email: [brunaestevanin@gmail.com](mailto:brunaestevanin@gmail.com)



conseguiu atingir a máxima indiferença estética pretendida para a confecção de sua mensagem antiretiniana, antiartística e antimoderna.

Este artigo pretende explicar como se dá esse processo de indiferenciação e porque ele é tão importante na concepção do portátil, que é uma obra, partindo do pressuposto que tais elementos estão diretamente interligados.

## 2. O homem do século XX

Se o conceito de arte do século XX encontrava-se horizontalmente definido pela relação entre público, arte e objeto, alguns autores e artistas revolucionários questionaram tal relação, entre eles Marcel Duchamp. Desde o impressionismo, a ideia de pintura havia sido “reduzida ao tudo de pintura e a contemplação à sensação” (PAZ, 2004, p.24). O que Duchamp condenava, sobretudo, era restrição artística à visualidade – pincéis, quadros e telas são meios, não fins. Foi nessa mesma época, durante o *overnight* do modernismo, que o “*vanguardista*” francês conseguiu para si uma categoria própria – o  *Duchampismo* – e seguiu marchando em passos largos rumo à contemporaneidade.

Duchamp, muito cedo, havia atravessado o Dada e o Surrealismo, depois os mandou as favas e transformou-se num usmo, tornando-se ele próprio Duchampismo ou Rrosismo. Ele criou praticamente tudo que então é até bem pouco se desenvolveu no planeta como vanguarda da arte. Ninguém disse nada de novo depois dele. Brincava com seus objetos, procurando ali uma saída, sem ter que se haver necessariamente com certos teoremas anteriores. Vai diretamente ao assunto, à questão, despojado de pesos, que sempre abandonou, para poder pensar mais livremente. (MAGNO, 1996, p. 96)

Irônico, Marchel Duchamp contou sempre com o passado, presente e futuro das artes, juntos, a seu favor. Através dessa atemporalidade, ele conseguiu, mesmo na pintura em tela, refletir além do que expunha em óleo. Em *Marcel Duchamp ou o Castelo da Pureza*, Octávio Paz ressalta que os quadros do artista francês, ainda na sua fase pictórica, não são a imagem em si, mas uma “reflexão da imagem” (2004, p.8).

Apesar da obra de Duchamp ter sempre sido carregada de um significado e uma linha de pensamento sequencial e consecutiva – a ode ao antiartístico – era necessário algo mais que um quadro para romper os padrões de criação da época que

predominavam entre seus contemporâneos. A criação do *readymade* em 1913 foi o fator que viria desestabilizar essa relação.

O grande problema era o ato de escolher. Tinha que eleger um objeto sem que este me impressionasse e sem a menor intervenção, dentro do possível, de qualquer idéia ou propósito de deleite estético. Era necessário reduzir o meu gosto pessoal a zero. É difícil escolher um objeto que não nos interesse absolutamente, e não só no dia em que o elegemos mas para sempre e que, por fim, não tenha a possibilidade de tornar-se algo belo, agradável ou feio... (DUCHAMP *apud* PAZ, 2004, p.29)

Em uma breve explicação, os *readymade* seriam objetos anônimos, inusitados, que são convertidos em obra de arte pelo gesto gratuito de escolha do artista. Neles, moram a contradição e a essência do ato ou, nas palavras de Octávio Paz (2002), eles destroem o significado, a ideia de valor. Metaforicamente falando, “os *readymade* não são antiarte, como tantas criações do expressionismo, mas *a-Rísticos*.” (PAZ, 2002, p.23). Já em uma visão funcional, o *readymade* nada mais é que uma crítica-arte de Duchamp ao puramente “retiniana” e manual.

Esses objetos também não postulam um valor novo: pelo contrário, são a antítese do valioso, do adjetivado. Por eles, Duchamp quer ver, olhar e conceber sem ter que ficar fascinado pelos vícios estéticos que a pintura sobre a tela poderia induzir, retornando ao visual conceitual. Ele buscava a *indiferença estética*. Por isso, retorna à perspectiva presente nas obras dos renascentistas e serve-se dela para alcançar um terceiro lugar em relação ao olho do artista sobre o objeto. A própria *Rose Sélavy*, que é Marcel Duchamp travestido, fotografado por Man Ray, seria de acordo com M.D. Magno uma espécie de materialização radical dessa ideia de posição terceira do pensador (MAGNO, 1996, p. 96). Ao travestir-se, Duchamp não era nem homem, nem mulher. E a lógica era deslocada também para a sua obra: ao usar-se de sua perspectiva terceira, Duchamp não era nem autor, nem observador. Esse ponto foi fundamental para alcançar essa indiferença estética necessária pretendida por ele nos *readymade*.

Marcel Duchamp possuía, para cada feito, um diferente disfarce. Apesar dos disfarces, o artista francês é o que se pode categorizar de autor de uma só obra. É preciso entender que, durante toda a sua vida e obra, Duchamp “repediu o mesmo ato, mas jamais a mesma invenção”, (MAGNO, 1996, p. 92), desde suas obras pictóricas, como o *Nu descendo a escada* até sua *boîte-de-valise*. Isso graças ao que Duchamp



autodenomina como *beleza da indiferença*, ou, em outras palavras, de liberdade. (PAZ, 2002, p.30)

## 2. A Indiferenciação do Meio

Faz-se necessário, antes de tudo, a compreensão, em termos completos, do que significa a indiferença pretendida por Duchamp e como ele pôde alcançá-la. Para tal, passemos primeiro pelo conceito de como a arte pode ser concebida como meio de comunicação e também acerca da definição de experiência estética. Dessa forma, será possível analisar de que forma o *readymade*, ao ser coisa, objeto (e não tela) foi responsável pela ampliação de sentidos.

Em um breve passeio histórico é passível percebermos que comunicação e arte sempre estiveram interligadas. Inês Albuquerque (2006) remete em seus trabalhos de doutorado aos primórdios da civilização, na Arte Rupestre, esta que foi, ao mesmo tempo, os primeiros vestígios artísticos e comunicacionais da história humana, para entendermos toda manifestação de arte como uma forma, em primeira instância, de se comunicar, seja transmitindo uma mensagem, uma opinião, um protesto, ou mesmo a ausência desses elementos.

Comunicação deriva do latim *communicare*, cujo significado seria “tornar comum”, “partilhar”, “associar”. Sendo assim, o ato de comunicar implica participação, interação, troca de mensagens emissão ou recebimento de informações novas. (Dicionário de Comunicação, 2002, p.157). Em relação à arte, esses mesmos elementos também se fazem presentes, reiterando a afirmativa de que a arte exerce, primordialmente, uma função comunicativa de partilha e associação entre pontos.

Remetendo-nos ainda ao campo da arte, podemos considerar que a comunicação artística é uma forma de comunicação de massas. Isto é, o artista (neste caso, o emissor), não dirige a sua mensagem a um indivíduo em específico, mas sim a vários indivíduos, o que faz com que de certa forma esta seja uma comunicação anônima. É então desta forma que se pode enunciar o processo de comunicação artística. (ALBUQUERQUE, 2006)

Já em relação à experiência, em seu conceito básico no dicionário Aureliano, é uma “ação ou efeito de experimentar; conhecimento adquirido pela prática da observação ou exercício”. (FERREIRA, 2009). No universo artístico, essa definição é dilatável – aumenta ou diminui de acordo com os sentidos –, pré-conceitual e



democrática. No caso de Duchamp e o *readymade*, especificamente, a experiência indiferente à qual este trabalho e o próprio artista se referem é a *estética*. A estética, artisticamente, induz ao gosto pessoal e à filosofia da arte, não se restringindo somente ao belo (SOUZA; CZAJKA, 2002). Portanto, entende-se que, para ser estético, é necessário ter um mínimo de apego visual, retínico, ao objeto.

O *readymade*, em sua concepção, é produzido a partir de um objeto comum, indiferente, que carece de beleza – segundo Duchamp, a beleza distrai – e possui uma estratégia *poiética* própria. Primeiramente, ocorre um deslocamento, em que abandona a usualidade para se tornar arte, seguido de uma paralisia, uma ausência de discurso sobre a obra, que cria um vácuo de percepção.

“A invenção do *readymade*, ele a tinha por desumanização da arte, o que não significa nenhuma desumanidade, mas sim ultrapassar o meramente humano. A escolha que fundava o ato de designação de um *readymade*, ele a produzia por indiferença sexual (ele dizia “indiferença visual” – mas é a mesma coisa), isto é, por nenhum deleite estético, mas por ausência absoluta de bom ou de mau gosto. O que Duchamp vai destacar aí é a pulsão narcísica como indiferenciante em sua última instância” (MAGNO, M.D., 1996, p.91)

O *readymade* estimula estranhamento, dúvidas e questionamentos, incita tumulto no mundo artístico. Sem deixar de ser *coisa*, sem perder sua funcionalidade, o objeto ganha uma nova faceta: a artística. Nele, “as formas são as emissoras de significados. A forma projeta sentidos, é um aparelho de significar” (PAZ, 2004, p.25). Nesse sentido, entende-se o objeto *readymadiano* como um *canal*, um *meio* pelo qual Duchamp se comunicou – e se comunica até hoje – com o mundo artístico.

Em *Os Meios de Comunicação Como Extensão do Homem* (2006, p. 282), McLuhan anuncia que “qualquer inovação ameaça o equilíbrio da organização existente”. Referindo-se aos novos aparatos eletrônicos, esse mesmo argumento ajusta-se perfeitamente à realidade *duchampiana*. O que Marcel Duchamp realizou em sua obra foi uma mudança de canal, amparado pelas reordenações da comunidade humana e suas novas invenções. E foi justamente através dessa alteração que ele pôde produzir com total indiferença estética, desestabilizando o universo artístico ao seu redor.

É importante lembrar que o *readymade* não desencadeia um novo valor, tal como já foi dito anteriormente. Assim como McLuhan (2006, p. 22) evidencia sobre os novos aparatos tecnológicos, a mesma metáfora pode ser aplicada às obras pós-



*readymade* de Duchamp: “a estrada de ferro não introduziu movimento, transporte, roda ou caminhos na sociedade humana, mas acelerou e ampliou a escala das funções humanas anteriores, criando tipos de cidades, de trabalho e de lazer totalmente novos”, assim como o *readymade* não introduziu Duchamp e seus propósitos artísticos, apenas ampliou-os.

“Mas ready-made não é a mesma coisa que objet-trouvé, que apareceu depois e que é achar algo bonitinho e colocar como enfeite, tal como se faz com frequência na arte popular. [...] um ready-made, diferentemente, é alguma coisa fabricada pela mão humana, e que está à disposição do poeta torna-lo *indiferente* [...] e, nessa indiferenciação, elevar o objeto à categoria de obra de arte. Há, pois, diferença radical entre a aplicação de um valor estético e a *indiferença* a respeito da situação dum objeto. Esse é o ponto fundamental de Duchamp: o ready-made criado a partir de radical *indiferença* estética.” (MAGNO, M.D., 1996, p. 93)

Duchamp utilizou do *canal readymade* para produzir uma indiferença tamanha, capaz de desestabilizar o momento artístico do momento. Ele, que ocupava um terceiro lugar em relação ao olho do artista sobre o objeto, provocou uma grande confusão entre os elementos padrões da leitura artística, inserindo, pela primeira vez, a perspectiva neutra, indefinida, indiferente do olhar do artista.

Com o *readymade*, “ele nos propõe a ‘subjetividade’ enclausurada no seu espaço de absoluta neutralidade” (MAGNO, M.D., 1996). M.D. Magno, em *Aimée Sélamour* credita ainda à Duchamp a criação de seu marco teórico principal, também conhecido como Revirão, ou a capacidade humana de virar dialeticamente ao contrário qualquer representação, mas passando por um ponto de absoluta indiferença.

Outro fator fundamental para a totalidade desse raciocínio, desse processo de indiferenciação, foi o emissor omissivo. Dentro de sua obra, Duchamp possuiu diferentes disfarces. Em *História abreviada da literatura portátil*, Vila-Matas caracteriza como traço de qualquer obra portátil o artista anônimo. Parafraseando seu livro, “si hablas alto nunca digas yo” (se falas alto, nunca diga “eu”) (VILA-MATAS, 2011). Também na obra de Duchamp, esse emissor (ou ausência dele, com a presença de pseudônimos) é presente. “O nome pequeno, que era conhecido de todos, e o nome verdadeiro ou grande nome, que se mantinha oculto” (VILA-MATAS, 2011). Exemplo disso pode ser percebido em *La Fontaine*, obra na qual Duchamp assinou como R. Mutt. A ausência de autoria pode ser vista também como expressão de indiferença estética, uma vez que o reconhecimento artístico é diretamente relacionável ao estético.



Não houve mais palavras, porque aquele nos pareceu o registro ideal de voz que podia nos permitir lentamente configurar, no mais absoluto e atraente dos silêncios, o resto dos traços tipicamente portáteis [...] Não havia realmente necessidade de nenhuma conversação audível entre nós, pois já conversávamos desde muitíssimo tempo, ainda que não com palavras. [...] palavras pronunciadas e ordenadas para serem ouvidas não alcançariam o efeito daquele silêncio (VILA-MATAS, Enrique, 2001, p. 29).

O efeito produzido pela indiferença, pelo objeto inusitado que agora era posto na nossa frente – *o readymade* – era um estranhamento e silenciamento da obra para o *voyeur*, o observador. Ao observá-lo, não se encontra uma saturação de dados, mas sim um vazio comunicacional, um silêncio. Um silêncio que foi extremamente necessário para os propósitos Duchampianos.

Juntos, o *readymade*, o emissor anônimo e o silenciamento da obra *produzem* o que é possível ser categorizado como indiferença do *meio*, indiferença esta que ampliará a portabilidade da obra de Duchamp. Esses conceitos são fundamentais para que, por essa leitura, sejam entendidas a permanência e importância dos seus feitos para a arte.

### 3. A Portabilidade da Obra

Para entender o conceito de portátil neste presente artigo e também na obra de Duchamp, é necessário nos deslocarmos para *História abreviada da literatura portátil*. Nele, os artistas portáteis chamados “shandys” por Enrique Villa-Matas nunca se acreditaram importantes, como também nunca carregavam nada importante em suas bagagens, apenas obras miniaturizadas que refletiam o seu absoluto desdém por tudo que consideravam importante, fundamental.

Nós, os portáteis, viemos ao mundo para expressar o fundo mais secreto e recôndito da nossa natureza. É isso que nos separa de nossos mornos contemporâneos. E é porque creio que estamos profundamente unidos ao espírito da época, aos problemas subjacentes que a acossam e lhe dão seu tom e caráter. Somos sempre duais na aparência, e assim somos porque encarnamos o novo e o velho ao mesmo tempo. Temos nossas raízes no mesmo futuro que tão profundamente nos preocupa. Estamos integrados na transição, no fluxo. Sábios num novo estilo, nossa linguagem é cifrada, volúvel e louca. (VILA-MATAS, Enrique, 2011, p. 94)



De espírito inovador e com uma ausência de grandes propósitos, o *readymade* é uma ode ao cultivo da arte da insolência. “Há na insolência, uma rapidez de ação, uma orgulhosa espontaneidade que rompe os velhos mecanismos, triunfando por sua prontidão sobre um inimigo poderoso, mas lento” (VILA-MATAS, 2011) e foi exatamente isso que Duchamp fez com o *readymade*.

E deve-se levar em conta que a insolência, ao se manifestar, sempre o faz na relação com os outros, por um movimento que leva em conta intensamente o outro; é a expressão de um Eu rebelde, escandaloso, imperecível, que se impõe ao se revelar (VILA-MATAS, Enrique, 2011, p. 137)

Ansioso de transgressão, Duchamp sabia que miniaturizar, como na *boîte-en-valise*<sup>3</sup> ou nos *readymade*, é, de certa forma, tornar portátil, uma vez que o que foi reduzido se acha, de certa forma, livre de significado (VILA-MATAS, 2011). Mas miniaturizar é também ocultar. Duchamp, tirar o caráter utilitário das coisas, o significado, o valor.

Sua viagem, como todo poema ou romance, corria sempre o perigo de carecer de sentido, mas nada valia sem esse risco, e talvez esse fosse o maior atrativo que eles encontravam naquela viagem. (VILA-MATAS, Enrique, 2011, p.71)

Sendo assim, o principal era o movimento contínuo, constante. Graças ao silenciamento da obra, consequência de todos esses elementos supracitados agindo em conjunto, a obra de Duchamp é constantemente revisada, revista, refeita. Nas palavras do próprio autor, “c’est les voyeurs qui font le tableau”. Traduzindo, é a cada *voyeur*, observação, contemplação, que se faz o visto, a sua obra, mediante a intervenção da lente neutra. Através disso, foi possível produzir uma obra impossível, livre, algo que se pode levar a qualquer parte, em qualquer lugar. A obra torna-se atemporal, transportável, leve – portátil.

#### 4. Considerações Finais

A morte não há. Temos o mau hábito de, quando vemos alguém empacotar, sucumbir, falarmos em morte. Mas, radicalmente, conceitualmente e realmente, haverá mesmo a morte? [...] Duchamp mandou escrever em sua sepultura como epitáfio: *D’ailleurs, ce sont les*

---

<sup>3</sup> Miniaturização de todos os *readymade* produzidos por Duchamp, vendidos na França por um preço acessível.



*autres qui meurent* (aliás, são os outros que morrem). (VILA-MATAS, 2011, p. 98)

Levando em conta a obra de Duchamp como um todo, seu papel para o século XX e para a arte até os dias de hoje, é entendível – e presumível – que o *readymade* tivesse sido criado ao longo da história. Não fosse isso, algo que se assemelhasse em sentido e efeito. A associação dos fatores descritos nesse artigo induz, acredito eu, a entender o *readymade* como um canal fundamental dentro da trajetória duchampiana que foi capaz de elevar ao máximo seus propósitos artísticos: a indiferenciação do artista, o “terceiro olho”, o emissor anônimo, o silenciamento da obra e sua consequência portabilidade.

Essa sequência de fatores, esse ciclo postulado no presente artigo nem sempre pode ser enxergado com facilidade. Nesse sentido, é possível a comparação que Octávio Paz (2004, p.26) faz em *Marcel Duchamp ou o Castelo da Pureza* com a relação entre crítico/observadores com os *readymade* e a comparação que McLuhan (2006, p.23) faz em com a luz: enquanto o midiólogo postula que não compreendemos a luz como comunicação pelo fato desta não possuir “conteúdo”, Octávio Paz não estranha, de forma alguma, o fato de o público e também críticos entenderem que os *readymade* foram um “gesto significativo” embora geralmente não acertem seu real significado, ou a real razão para os terem sido. Entendem, assim como entendem que a luz foi significativa a seu tempo, que o “conteúdo” de um *readymade* se faz oculto enquanto não se é entendido que objeto e compreensão, meio e mensagem, indiferença e portabilidade são elementos indissociáveis.

Ainda hoje a obra de Duchamp está por aí, portátil, fazendo-se nova e outra a cada admiração, trabalho, vislumbre ou mesmo pensamento, já que como disse Villa-Matas, a fofoca [provocada pelo vácuo de significância deixada por ele] faz parte dessa condição transitória, coloca em cena a impossibilidade de uma repetição idêntica, a inevitabilidade da transformação incessante (2011). Essa sim é sua obra maior, o grande feito de Marcel Duchamp: o meio *readymadiano*, que permitiu a indiferenciação dele, enquanto artista; a indiferença que gerou a dispersão, e a dispersão que tornou sua obra, do século XX para a posteridade, uma obra verdadeiramente portátil – o triunfo da insolência.



## 5. Referências Bibliográficas

ALBUQUERQUE, Inês. *Arte e comunicação - O processo de criação artística na rede de Internet*, 2006. Disponível em: <Html <http://www.cibersocietat.net/congres2006/gts/comunicacio.php?llengua=po&id=170>>. Acesso em: 04 mar. 2012

CABANNE, Pierre. **Marcel Duchamp: engenheiro do tempo perdido**. Lisboa: Assírio & Alvim, 1990.

MAGNO, M.D. *Aimée Sélamor*. In: Item 4: Revista de Arte, volume 04. Rio de Janeiro, 1996.

MARTINS, Marcos. **Duchamp, o sensível, indiscernibilidade**. Revista Viso Ed. Nº2, 2007. Disponível em: <Html [http://www.revistavisos.com.br/pdf/Viso\\_2\\_MarcosMartins.pdf](http://www.revistavisos.com.br/pdf/Viso_2_MarcosMartins.pdf)> Acesso em: 04 mar. 2012

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Cultrix, 2006.

PAZ, Octávio. **Marcel Duchamp ou o Castelo da Pureza**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

SOUZA, Miliandre Garcia de; CZAJKA, Rodrigo. **Um convite à estética**. 2002. In: Sistema Eletrônico de Revistas da UFPR, 2002. Disponível em: <Html <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/historia/article/viewFile/2709/2246>>. Acesso em: 02 fev. 2012

VILA-MATAS, Enrique. **História abreviada da literatura portátil**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.