



Ana
Maria
Maia

Arte-veículo

VEHICLE-ART

Interventions in the Brazilian mass media
Intervenções na mídia de massa brasileira

3 nós3

Adbusters Media Foundation

A revolução não será televisionada

Análvia Cordeiro

Antonio Manuel

Amilcar de Castro

Caetano Veloso

Centro de Mídia Independente e Videohackers

Cildo Meireles

Contrafilé

Daniel Santiago

Di

Ducha

Eder Santos

Eduardo Coutinho

Eduardo Kac

Fernando Barbosa Lima

Flávio de Carvalho

Frederico Moraes

Frente 3 de fevereiro

Geraldo Anhaia de Mello

Glauber Rocha

Jac Leirner

Jaguar

Jomard Muniz de Britto

Lenora de Barros

Luiz Paulo Baravelli

Marcello Nitsche

Márcia X

Mário Ramiro

MICO

Nelson Leirner

Olhar Eletrônico

Paulo Bruscky

Reynaldo Jardim

Ricardo Basbaum

Rubens Gerchman

Sandra Kogut

Tadeu Jungle

TVDO

TV Viva

Yuri Firmeza

Waltercio Caldas



1ª Edição

Recife

2015

Editora Aplicação

M217 Maia, Ana Maria, 1984-

Arte-veículo: Intervenções na mídia de massa brasileira -
Vehicle-art: Interventions in the Brazilian mass media / Ana Maria Maia.
- Recife: Editora Aplicação, 2015.
336p. : il.

Texto em português e inglês.
ISBN 978-85-66593-05-1

1. Artes. 2. Arte Contemporânea.
I. Título. II. Título: Vehicle-art

CDD 700



LICENÇA CREATIVE COMMONS
ATRIBUIÇÃO USO NÃO-COMERCIAL 3.0 BRASIL
WWW.CREATIVECOMMONS.ORG/LICENSES|BY-NC-ND|3.0|BR

ESTE LIVRO PODE SER UTILIZADO, COPIADO,
DISTRIBUÍDO, EXIBIDO OU REPRODUZIDO
EM QUALQUER MEIO OU FORMA, SEJA ME-
CÂNICO OU ELETRÔNICO, INCLUINDO
FOTOCÓPIA, DESDE QUE NÃO TENHA OBJE-
TIVO COMERCIAL E SEJAM CITADOS OS
AUTORES E A FONTE.

FUNDAÇÃO NACIONAL DE ARTES
funarte

Ministério da
Cultura

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

O PROJETO Arte-veículo: intervenções na mídia de massa brasileira FOI CONTEMPLADO
PELO MINISTÉRIO DA CULTURA E PELA FUNDAÇÃO NACIONAL DE ARTES - FUNARTE NO EDITAL BOL-
SA FUNARTE DE ESTÍMULO À PRODUÇÃO EM ARTES VISUAIS.

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA - VENDA PROIBIDA

introdução

Experimental também em outros horários 5

lugar por fazer

1955-76

Redação como laboratório experimental: a invenção de um lugar e três noções de projeto 112

- Flávio de Carvalho e “o impacto emocional na nação brasileira” 115
- “Só sei editar desenhando”: a réforma gráfica do Jornal do Brasil 120
- Analívia Cordeiro e a interação “artista – intérprete – espectador” 125

a disputa do lugar

1968-82

Medidas de negatividade, inserção e desaparecimento 131

- O vírus da negatividade 134
- Hoje, a arte é este comunicado 140
- Qual o lugar da arte? 145

1971-85

Pela redemocratização, um outro lugar: desaparecer da cobertura de cultura e reaparecer como fato social 150

- “Não é jornalismo nem cinema, é a vida” 152
- “Daqui pra fora tudo se expande” 164

introduction

Experiment also at other times 225

a place to be made

1956-73

The newsroom as an experimental laboratory: the invention of a place and three notions of project 228

- Flávio de Carvalho and “the emotional impact on the Brazilian nation” 230
- “I can only edit by drawing”: the redesign of the Jornal do Brasil 235
- Analívia Cordeiro and interaction between “artist – performer – spectator” 240

the pursuit of the place

1968-82

Negation, insertion and disappearance measures 245

- The virus of negation 247
- Today, art is this announcement 253
- What is the place of art? 257

1971-85

In the name of redemocratization, another place: to vanish from the coverage of arts and culture and re-emerge as a social fact 261

- “It is neither journalism nor cinema, it is life” 263
- “Once on the outside everything expands itself” 273

vozes e táticas

1983-96

**Estéticas de inversão:
“ou está com todos
ou está por fora” 171**

- Independentes mesmo dentro 174
- A mosca na sopa da sociedade de consumo 186
- O “povo fala” na parabólica e na comunidade 193

2002-10

Táticas para ser a mídia 198

- Arrastões semióticos 206
- Nem verdade nem mentira, a invenção 214

considerações finais

**Anotações para continuar,
antes de falar de algoritmos 221**

- Bibliografia 326
- Levantamento Arte-veículo: Intervenções midiáticas pesquisadas até o fechamento desse livro, em novembro de 2015 329

voices and tactics

1983-96

Aesthetics of inversion:
“either you are with everyone else or you are the odd one out” 280
— Independent even from within 282
— The fly in the ointment of consumerist society 293
— The “populace speaks” on satellite dishes and in the community 300

2002-08

Tactics to be the media 303
— Semiotic arrastões [dragnets] 310
— Neither truth nor lie, invention 317

final considerations

Annotations for going forward, before speaking of algorithms 323

- Bibliography (in Portuguese) 326
- Vehicle-art mapping: Research into mediatic interventions carried out until the closing of this book, in November 2015 (in Portuguese) 329

introdução

experimental também em outros horários

Em busca de atrizes para protagonizar o filme que rodaria na Amazônia, Flávio de Carvalho publicou em 1958 um classificado em jornais de São Paulo e outras cidades do Brasil. As candidatas deveriam apresentar-se das 11h às 13h30 e das 18h30 às 20h no local do *casting*, o Hotel Marialva. Poderiam “experimental também em outros horários”, segundo advertia a frase final do anúncio, apontando um interesse pelos limites de fora da obra e dos seus lugares tradicionais de exibição, como galerias e museus. Assim como as ruas, onde um dos pioneiros da relação entre arte e vida no Brasil apresentou suas *Experiências* desde 1931, a mídia de massa era um espaço no qual costumava estar presente para participar do agendamento público do seu tempo compartilhando proposições e ruídos de linguagem, tanto críticos quanto utópicos.

O partido de Flávio de Carvalho sobre uma implicação discursiva e midiática para a arte, muito além dos aparatos institucionais que a especializam e protegem, me motivou a continuar observando casos de artistas que intervieram nos meios de comunicação no Brasil. Em um exercício de investigação curatorial iniciado por volta de 2013, de maneira ainda não sistemática, localizei outros exemplos que me permitiram formular as bases de um projeto. À luz dos mesmos, e em busca de outras ocorrências, queria identificar na história da arte brasileira por que e como os artistas figuraram nas mídias de massa como os jornais e revistas, as rádios e emissoras de televisão. Não me referia, com isso, aos momentos em que eram abordados pela crítica de arte ou pelo jornalismo cultural, nem tampouco a quando fundavam canais alternativos, como as publicações independentes. Meu escopo abraçava desde o princípio o gesto proativo e intempestivo dos artistas nas estruturas da informação hegemônica.

As hipóteses de pesquisa foram se evidenciando a partir do confronto com uma constelação de eventos. Dos anúncios e da coluna de Flávio de Carvalho, no *Diário de S. Paulo* à reforma gráfica do *Jornal do Brasil*, pela equipe liderada por Reynaldo Jardim e Amílcar de Castro; da arte-clasificada da Equipe Bruscky & Santiago às *Inserções em Jornais* de Cildo Meireles; da vídeo-dança de Analívia Cordeiro ao quadro de entrevistas de Glauber Rocha no Programa Abertura, tão inspirador para produtoras, como TV Tudo, Olhar Eletrônico e TV Viva; da atuação anárquica de Geraldo Anhaia de Mello, na rádio e na TV, aos semanários de Lenora de Barros e Luiz Baravelli; dos *fakes*, de Yuri Firmeza, como “artista invasor”, à invasão real de coletivos como 3nós3, A Revolução Não será Televisada, Contrafilé e Frente 3 de Fevereiro, que figuraram sem a alcunha de “arte” nas coberturas esportivas e de vida urbana.

Com a *Bolsa de Estímulo às Artes Visuais*, que me foi concedida pela Funarte no final de 2014, pude debruçar-me com maior fôlego e rigor sobre o assunto, que, embora longe de haver se esgotado, ganhou neste livro um primeiro resultado concreto. Ao longo de seis meses de trabalho intenso, pude fazer algumas viagens, entrevistar artistas e personagens fundamentais para essa história e consultar os acervos da arte e da imprensa onde se encontram os documentos originais, muitas vezes dispersos e descontextualizados.

Ao longo desse processo, não tive interesse nem condição de realizar um mapeamento completo do assunto, mas, sim, sugerir derivas possíveis entre os dois marcos que circunscrevem o paradigma da mídia de massa no país. Primeiramente, a abertura da Tupi em 1950, que inaugurou o sinal de televisão tendo em vista atingir uma população crescente e modernizar seus hábitos de vida e consumo, assim como pretendia a Bienal do Museu de Arte Moderna de São Paulo, fundada no ano seguinte. Em segunda instância, a popularização da internet no início dos anos 2000, que deu acesso a uma discussão internacional sobre “mídia tática” e, dentro de poucos anos, provocou um rearranjo incontornável, de natureza técnica mas também estética, das dinâmicas de enunciação, difusão e legitimação.

O intervalo de cinquenta anos acarretou mudanças contundentes no que se refere a categorias como circuito, público, agendamento e valor social da mídia. Se no passado a grande imprensa concentrava recursos, pessoal e poder decisório para mediar uma pauta pública, hoje ela enfrenta uma crise institucional que extrapola o âmbito financeiro e adentra pelo simbólico. O desejo de articular as intervenções midiáticas

aos contextos em que ocorreram, reexaminando, para tanto, tais categorias, fez com que a organização dos capítulos desse livro se desse a partir de recortes históricos. Não exatamente décadas, mas períodos atribuídos a partir do advento de criação das obras, que, apesar de diferentes e nem sempre relacionadas, muitas vezes parecem responder a semelhantes vetores socioculturais.

O primeiro ensaio parte de usos das redações como laboratórios construtivos entre 1955 e 1976. O segundo e o terceiro pontuam a negatividade como medida de disputa artística pela possibilidade de figurar em uma imprensa viagiada entre 1968 e 1985. O quarto e o quinto ensaios abarcam de 1983 a 2008, quando, seja como convidados ou infiltrados, os artistas e coletivos, munidos de inovações tecnológicas que tornaram acessíveis os meios de produção, mobilizaram vozes e táticas para “ser a mídia”.

Resguardadas as especificidades dos momentos em que ocorrem, as intervenções midiáticas têm em comum a motivação ambivalente de, em um só gesto, construir e desconstruir um enunciado. Concebem, desta maneira, uma noção propositivamente problemática, ou problemáticamente propositiva da arte. No contexto do grupo Fluxus, uma rede internacional de artistas conceituais que dedicavam suas atividades a irromper barreiras geográficas e institucionais, Joseph Beuys defendeu que os artistas deveriam “abrir bem a boca”¹ para ampliar seus espaços e funções na sociedade.

Com a metáfora de um gesto biológico que simultaneamente ampliava e deturpava a fala, Beuys postulava o binômio “arte veículo”². Ou seja, ao mesmo tempo que apontava a vocação comunicativa da arte (a arte é veículo), estimulava seus contemporâneos a colocarem-se em outros veículos, ou circuitos, como os fóruns políticos e a grande imprensa, tensionando, de dentro, suas lógicas de funcionamento, agendas e valores, de cujas implicações cotidianas a arte jamais escaparia.

A busca de um meio termo entre a autonomia política e epistemológica da arte e sua existência social, em veículos irrestritos e massivos, foi tomada como paradigma desta pesquisa, que, por isso, pegou emprestado o conceito de Beuys e o adotou como título. Os dois radicais que se encontram, um para designar uma prática e outro um lugar e/ou circuito, apontam uma estrutura necessariamente engendrada para a arte, que a torna motivadora de correspondências e deslocamentos, e ao mesmo tempo sempre passível das suas circunstâncias de criação e circulação.

¹ D'AVOSSA, Antonio; FARKAS, Solange de Oliveira. *Joseph Beuys: a revolução somos nós*. Catálogo da exposição realizada no SESC Pompéia entre setembro e novembro de 2010. São Paulo: Edições SESC SP, 2010, p. 13.

² Cf. *Ibid.*, p. 16.

Não há dúvidas de que as ferramentas gráficas, de captura e transmissão empregadas na comunicação de massa suscitam os experimentos artísticos, tornando possível um viés de leitura das intervenções midiáticas a partir dos aparatos tecnológicos. No entanto, convém sublinhar como um outro critério de análise o potencial que a imprensa arregimentada, tanto técnica quanto política, econômica e sociologicamente, para se convencionar o que se diz público. Para se produzir os modelos e abarcar as disputas inerentes à esfera do comum. As intervenções midiáticas, ou “artemídia”, como definiu Arlindo Machado, devem ser abordadas, enfim, tanto na sua missão de “desviar de um projeto tecnológico original”, quanto na sua possibilidade de suscitar a “direção contrária”³ dos modelos de sociedade vigentes.

Arte-veículo ocupou-se de analisar um conjunto de ações ocorridas no contexto brasileiro sobretudo para perceber como a arte pode figurar nesse processo, assumindo, para tanto, um compromisso ético perante o real. Resistindo aos discursos do *status quo* sem furtarem-se em relacionar-se com os mesmos, os artistas, como “intelectuais públicos”⁴, puderam deflagrar no âmago das estruturas de poder os chamados “contrapúblicos”⁵, ou seja, outros usos, conotações e audiências para os mesmos dispositivos dominantes. “Inserções em circuitos ideológicos”, alegou Cildo Meireles em 1970. Ou disseminação de “ideias vírus”⁶, que Giseli Vasconcelos descreveu já em 2006, fazendo ressoarem ao longo das décadas os termos de uma relação que se dá entre a mídia de massa como hospedeira e os artistas como parasitas.

Esta pesquisa não haveria se concretizado sem a colaboração inestimável dos artistas e grupos cujas obras são aqui abordadas. Também foram fundamentais o auxílio dos arquivos e centros de documentação consultados, bem como da Trienal de Sorocaba e do Porto Iracema das Artes, nos quais foram realizadas algumas das entrevistas públicas do projeto. Meus sinceros agradecimentos a estes artistas, grupos e instituições, à Funarte, à equipe de *Arte-veículo*, aos colaboradores, interlocutores e incentivadores que encontrei e sigo encontrando nessa jornada.

³ MACHADO, Arlindo. *Arte e mídia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007, p. 17.

⁴ SHEIKH, Simon. *Representation, Contestation and Power: The Artist as Public Intellectual*. Republicanart, Outubro 2004. Disponível em: <<http://goo.gl/mSCDm7>>. Acesso em 05/09/2015.

⁵ WARNER, Michael. *Públicos y contrapúblicos*. Barcelona: MACBA e Universidad Autònoma de Barcelona, 2008.

⁶ ROSAS, Ricardo; VASCONCELOS, Giseli (Org.). *Net 1.0: digitofagia*. São Paulo: Radical Livros, 2006.

A ARTE-VEÍCULO É
UM PROJETO DE
Ana Maria Maia

PROJETO GRÁFICO
Priscila Gonzaga

ASSISTÊNCIA DE PESQUISA
E PRODUÇÃO DE IMAGEM
Ingrid Vieira

REVISÃO DE TEXTO
Alicia Toffani

FOTOGRAFIA DE ORIGINAIS
PARA FLÁVIO DE CARVALHO
E JAC LEIRNER

José de Holanda

FOTOGRAFIA DE ORIGINAIS
PARA CILDO MEIRELES
Pat Kilgore

TRADUÇÃO DE TEXTO
Dominique Makins Bennett
Stephen Rimmer
Charles Holmquist
Roberta Mahfuz

PRODUTOR GRÁFICO
José Silva Moreira

GRÁFICA
Rotaplan Gráfica

PARCERIA
Editora Circuito

PUBLICADO POR
Editora Aplicação

IMAGEM DA CAPA

Márcia X

TV Studios: comprar 1 carnê do Baú
da Felicidade, 1987
Acervo MAM RJ

IMAGEM DA CONTRACAPA

Márcia X e Alex Hamburger

Anthenas da raça, 1985

Fotografia: Autor não identificado
Acervo MAM RJ

IMAGEM NESTA PÁGINA

TVDO e Nelson Motta

Mocidade Independente, 1981

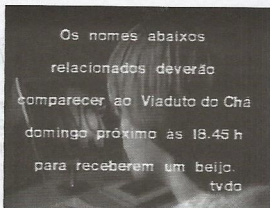
TV Bandeirantes

AGRADECIMENTOS Alex Hamburger, Alexandre Vogler, Aline Siqueira, Ana Cláudia Pereira Pinheiro, André Leandro Silva, André Montenegro, Beatriz Lemos, Bernardo Damasceno, Bia Medeiros, Bitu Cassundê, Bob Silva, Brígida Campbell, Cássio Martins, Célia Regina, Centro de Mídia Independente, Cesar Oiticica Filho, Christine Mello, Cristiana Tejo, Cristiano Lenhardt, Daniel Oliva, Daniel Trench, Daniela Arrais, Daniela Labra, Diego Matos, Domenico Lancelotti, Edouard Fraipont, Eduarda Ribeiro, Elaine Daher, Elizabeth Gonçalves, Elizabeth Varela, Emanuel Ferreira Guedes, Eugênio Lima, Felipe Teixeira, Fernanda Anhaia Mello, Fernanda Lopes, Fernando Alabê, Fernando Sato, Flávia Carneiro Leão, Flávio Emanuel, Frederico Morais, Giseli Vasconcelos, Graziela Kunsch, Inês Katzenstein, Isabella Rjelle, Ivald Granato, Jaime Teixeira Acioli, João Antônio Buhner, João Nascimento, Jonathas de Andrade, Josué Mattos, Julia Rebouças, Julio Dojcsar, Lisette Lagnado, Lorena Vicini, Lydia Barros, Magali Arriola, Marcelo Pereira, María del Carmen Carrión, Marina Novaes, Matheus Antunes, Natália Quinderé, Raiza Bruscky, Renato Rezende, Roberta Estrela D'Alva, Roberto Traplev, Roberto Winter, Rosa Antunes, Sérgio Machado e Tatiana Almeida.

ÀS INSTITUIÇÕES E AOS VEÍCULOS DE IMPRENSA CONSULTADOS BBC, *Coojornal*, *Correio da Manhã*, *De Fato*, *Diário Carioca*, *Diário da Noite*, *Diário de Pernambuco*, *Diário de São Paulo*, *Diário do Nordeste*, *Em Tempo*, Escola de Artes Visuais do Parque Lage, *O Estado de Minas*, *Folha da Manhã*, *Folha de São Paulo*, *France Soir*, Fundação Biblioteca Nacional, Fundação Bienal de São Paulo, Hemeroteca Mário de Andrade, Independent Curators International, *Jornal da ABI*, *Jornal da Bahia*, *Jornal da Tarde*, *Jornal do Brasil*, *Jornal do Commercio*, *Movimento*, MTV, Museu da Imagem e do Som de São Paulo, Museu de Arte da Pampulha, Museu de Arte de São Paulo, Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, *O Cruzeiro*, *O Dia*, *O Globo*, *O Jornal*, *O Pasquim*, *O Povo*, O2 Filmes, Porto Iracema das Artes, Rádio Clube, rádio Cultura FM, rádio Jornal do Brasil, rádio Universitária de São Paulo, Repórter, Revista Manchete, SBT – Sistema Brasileiro de Televisão, Select, SESC São Paulo, Time Life, *Tribuna da Imprensa*, TV Bandeirantes, TV Cultura, TV Excelsior, TV Gazeta, TV Globo, TV Manchete, TV Rio, TV Tupi, TV USP, *Última Hora*, Videobrasil e *Village Voice*.

AGRADECIMENTOS ESPECIAIS PARA Felipe Souza e Mirtes Marins Oliveira.

TODOS OS ESFORÇOS FORAM FEITOS PARA RECONHECER OS DIREITOS AUTORAIS DAS IMAGENS NESTE LIVRO. A EDITORA AGRADECE QUALQUER INFORMAÇÃO RELATIVA AOS DIREITOS AUTORAIS DAS IMAGENS E/OU OUTROS DADOS QUE ESTEJAM INCOMPLETOS NESTA EDIÇÃO, E SE COMPROMETE A INCLUI-LOS NAS FUTURAS REIMPRESSÕES



ISBN 978-85-66593-05-1



EDITORAAPLICACAO.COM.BR

EDITORACIRCUITO.COM.BR

