

NAMA

03

v. 2 :: n. 1 :: jul. 2016 / jan. 2017



Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens
Instituto de Artes e Design :: UFJF

NAVA

Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens
Instituto de Artes e Design :: UFJF



NAVA	Juiz de Fora	v. 2	n. 1	p. 1-270	jul./jan.	2016/2017
------	--------------	------	------	----------	-----------	-----------

© Editora UFJF 2017
É proibida a reprodução total ou parcial desta obra sem autorização expressa da Editora UFJF.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA



INSTITUTO DE ARTES E DESIGN - IAD / UFJF
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES, CULTURA E LINGUAGENS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DA UFJF
CEP 360306-330 - JUIZ DE FORA/MG
TELEFONE: (32) 2102-3362
revista.nava@uff.edu.br



EDITORA UFJF
RUA BENJAMIN CONSTANT, 790
CENTRO - JUIZ DE FORA - MG - CEP 36015-400
FONE/FAX: (32) 3229-7646 / (32) 3229-7645
editora@uff.edu.br / distribuicao.editora@uff.edu.br

DIAGRAMAÇÃO
Studio Editora UFJF

REVISÃO
Magali de Oliveira Fernandes e Tera Dorea
O dossiê contou com apoio Capes para revisão

Imagem da capa:
Arrasto de Marcelo Moscheta (2015)

Online - www.uff.br/revistanava

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da UFJF

Nava : Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagem / Universidade Federal de Juiz de Fora. --
v. 1, n. 1 (jul./dez. 2015)- -- Juiz de Fora :
Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design,
2017-

Semestral
ISSN 2525-7757

1. Artes.

CDU 7

Este livro obedece às normas do Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, promulgado pelo Decreto n. 6.583 de 29 de setembro de 2008.



Universidade Federal de Juiz de Fora

Reitor: Marcus Vinicius David

Vice-reitora: Girlene Alves da Silva



Instituto de Artes e Design

Diretor: Prof. Dr. Fabrício da Silva Teirxeira Carvalho

Vice-diretor: Prof^a. Dra. Eliane Bettocchi Godinho

Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens

Coordenador: Prof. Dr. Luis Alberto Rocha Melo

Vice-coordenadora: Prof^a. Dr^a. Maria Claudia Bonadio

Comitê Editorial

Prof^a. Dra. Maria Lucia Bueno Ramos/UFJF

Prof^a. Dra. Raquel Quinet Pifano/UFJF

Prof. Dr. Sergio Puccini Soares/UFJF

DOSSIÊ: Arte, Moda e Cultura: diálogos possíveis

Organização: Prof^a. Dra. Elisabeth Murilho da Silva,

Prof^a. Dra. Maria Lucia Bueno e Prof^a. Dra. Raquel Quinet Pifano

Equipe Editorial: Amanda Gardillari, Cecília Sammel, Claudio Melo Filho,

Cleber Soares da Silva, Heider Camilo Pacheco Leles, Henrique Grimaldi,

Larissa Gonçalves Noriega, Tammy Senra Genú

Revisão dos textos: Magali Oliveira Fernandes e Tera Dorea

Conselho Científico

Prof. Dr. Alexandre Bergamo Idargo (Universidade Federal de Santa Catarina)

Prof^a. Dra. Ana Claudia Suriani Silva (University College London)

Prof^a. Dra. Carole Gubernikov (Universidade Federal Estadual do Rio de Janeiro)

Prof^a. Dra. Cynthia Tompkins (Arizona State University)

Prof^a. Dra. Diana Crane (Pennsylvania University)

Prof. Dr. Didier Guigue (Universidade Federal da Paraíba)

Prof. Dr. Fernando Iazzetta (Universidade Estadual de São Paulo)

Prof. Dr. Fernão Pessoa Ramos (Universidade Estadual de Campinas)

Prof^a. Dra. Maraliz de Castro Viera Christo (Universidade Federal de Juiz de Fora)

Prof^a. Dra. Maria Lúcia Bastos Kern (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul)

Prof^a. Dra. Rita Morais de Andrade (Universidade Federal de Goiás)

Prof^a. Dra. Sônia Salzstein Goldberg (Universidade de São Paulo)

Prof^a. Dra. Maria Amélia Bulhões Garcia (Universidade Federal do Rio Grande do Sul)

Prof^a. Dra. María Isabel Baldassarre (Universidade de Buenos Aires)

Prof. Dr. João Luiz Vieira (Universidade Federal Fluminense)

Prof^a. Dra. Maria Antonietta Trasforini (Università Degli Studi di Ferrara)

Prof^a. Dra. Paula Maria Guerra Tavares (Universidade do Porto)

A Revista NAVA é um periódico do Programa de Pós-graduação em Artes, Cultura e Linguagens do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). O nome da revista é uma homenagem ao memorialista Pedro Nava, nascido a 5 de junho de 1903, em Juiz de Fora. Além de filho ilustre da cidade, o caráter multifacetado de Pedro Nava tem um significado especial para a proposta de interdisciplinaridade de nossa revista.

A origem do dossiê que apresentamos na terceira edição da Revista Nava foi o Seminário Internacional “Reflexões sobre Moda, Cultura e Arte”, realizado em setembro de 2013 no Museu de Arte Murilo Mendes (Universidade Federal de Juiz de Fora), com suporte do Programa de Pós-graduação em Artes, Cultura e Linguagens (PPPG-ACL), da Capes, da Fapemig e do MAMM-UFJF. Em 2015, considerando a qualidade das reflexões apresentadas pelos participantes do evento, a equipe responsável pela publicação do material resolveu converter seu conteúdo textual em dossiê, abrindo chamada para publicação, que acabou agregando novos autores a esta edição. O dossiê, seguindo a proposta do evento, agrupa as contribuições em três núcleos - História e Sociologia da Moda, História da Arte e Cultura e Arte Contemporânea - sendo que na abertura de cada um deles consta com um texto de apresentação.

O número 3 da revista Nava também inclui a seção, “Ensaio do Artista”, apresentando nesta edição o ensaio Arrasto, de autoria do artista contemporâneo Marcelo Moscheta, que também foi responsável pela produção da capa da revista.

Comitê Editorial – Dezembro de 2016



Endereço para correspondência

Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens

Instituto de Artes e Design :: Campus Universitário
Bairro Martelos :: Juiz de Fora :: MG :: CEP 36036-330
Telefone: (32) 2102-3362

revista.nava@ufjf.edu.br

Sumário

Dossiê: Reflexões em moda, cultura e arte

Parte I - História e sociologia da moda

9

Maria Lucia Bueno

Apresentação

Passagens na cultura de moda moderna: da distinção à confusão

16

Caroline Evans

As Manequins Americanas de Jean Patou:

Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo

41

Luz García Neira

Da cópia infiel à originalidade na estamparia têxtil brasileira

55

Maria do Carmo Teixeira Rainho

Moda e imagens da moda nos anos 1960

68

Patrícia Reinheimer

Moda como arte: a trajetória e a obra de Olly

no Rio de Janeiro nos anos 1960 e 1970

105

Elisabeth Murilho da Silva

Os árbitros da elegância: o comportamento feminino a partir

das colunas sociais no Brasil dos anos dourados

Parte II - História da arte

119

Raquel Quinet Pifano

Apresentação

Reflexões sobre imagem e autoria na história da arte

126

María Isabel Baldassarre

Representação e autorrepresentação na arte

da América Latina: retratos de artistas

150

Maria Luisa Luz Tavora

O ARTISTA-GRAVADOR – anos 1950/60:
gravura meio de expressão? *Métier* como tradição?

166

Maraliz de Castro Vieira Christo

Negros em espaços brancos: três quadros, uma só história

Parte III - Cultura e Arte Contemporânea

184

Lígia Dabul

Apresentação: Arte e coletivos no cenário contemporâneo

189

Ilana Seltzer Goldstein

Cooperativas artísticas: o exemplo dos centros
de arte indígena da Austrália

211

Pau Waelder

O mercado de arte contemporânea: novos canais, velhas estruturas

Ensaio do Artista

242

Marcelo Moscheta

Arrasto

265

Normas para submissão de trabalhos

Dossiê

Reflexões em moda, cultura e arte

Parte I

História e sociologia da moda

Passagens na cultura de moda moderna: da distinção à confusão

Maria Lucia Bueno¹

Passages in modern fashion culture: from distinction to confusion

No contexto das sociedades ocidentais do século XIX, com a emergência do modo de vida urbano e a extinção dos privilégios aristocráticos, o desenvolvimento de uma cultura das aparências (ROCHE, 2007) estendeu-se para todos os segmentos sociais, no interior de um universo onde o sistema da moda passou a desempenhar um papel fundamental. Para Elisabeth Wilson podemos encarar “o vestuário de moda no mundo ocidental como um meio através do qual um eu sempre fragmentário é unificado e aparenta uma certa identidade. A identidade passa a ser um tipo de problema da *modernidade*. A moda faz transparecer uma tensão entre a multidão e o indivíduo, em todas as fases de desenvolvimento da metrópole dos séculos XIX e XX.” (WILSON, 1989, p. 24)

Nesse novo cenário as roupas, juntamente com todo um repertório de objetos e comportamentos, adquirem um caráter predominantemente cultural na construção de uma nova categoria social: o estilo de vida. Para Anthony Giddens “um estilo de vida pode ser definido como um conjunto mais ou menos integrado de práticas que um indivíduo adota não só porque essas práticas satisfazem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular de auto-identidade.” (GIDDENS, 2002, p. 79)

No século XIX e início do XX a moda por meio da indumentária, tomando as mulheres como casos exemplares, operava como mecanismo de distinção social (VEBLEN, 1965; BOURDIEU, 2007) assinalando uma diferença radical entre dois universos: o das mulheres de elite, que tinham a sua condição ociosa como status social, e o das mulheres que trabalhavam. Essa distinção se constitui nos espaços urbanos em escala mundial: dos circuitos cosmopolitas em Paris e Nova York à “boa sociedade” do Rio de Janeiro no século XIX (RAINHO, 2001).

1

Maria Lucia Bueno é professora da Universidade Federal de Juiz de Fora onde atua nos Programas de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens e Ciências Sociais. É autora, entre outros, de *Artes Plásticas no século XX. Modernidade e Globalização e Sociologia das Artes Visuais no Brasil*. E-mail: marialucia.bueno@gmail.com

Apresentação
Passagens na cultura de moda moderna: da distinção à confusão
Maria Lucia Bueno

Em meados do século XX registramos uma transformação nessa dinâmica. Primeiramente a evolução da industrialização da indumentária e da indústria cultural, em particular, emerge cada vez mais como um poderoso veículo de mundialização das tendências, tanto com relação aos estilos de vida, quanto no que diz respeito à moda, produzindo uma desterritorialização de modos de vestir até então confinados em circuitos restritos. Um exemplo é o da consagração internacional da sofisticadíssima e artesanal alta-costura francesa na década de 1950, através das estrelas de Hollywood que se converteram nas principais clientes desse comércio restrito. A partir de então, moças de classe média no mundo inteiro passaram a vestir-se de acordo com as últimas novidades da moda parisiense (DURAND, 1988; CRANE, 2006).

Uma segunda transformação está associada à expansão da esfera do trabalho, antes circunscrita às classes populares, para outros domínios da vida social, inclusive para o espaço privado, onde a forma de inserção no mercado de trabalho tornou-se uma referência importante na construção das identidades. Após os anos 1960, assistimos uma segmentação na cultura da indumentária, que assume desde então uma nova conotação, como forma de expressão e de afirmação de estilos e modos de ser, geralmente, associados a alguma atividade profissional.

Nos anos 1960, com a explosão de uma cultura de juventude, que colocava em cheque as instituições e os valores estabelecidos, e a proliferação de grupos musicais, ligados a esse novo segmento, difundidos por uma indústria cultural em expansão, produz uma revolução na cultura das aparências. As mulheres ricas e ociosas vão se convertendo num anacronismo, num novo mundo da moda onde as principais referências passaram a ser os estilos descolados das bandas, integradas geralmente por jovens das classes médias e operárias nas grandes cidades.

A partir dos anos 1970 e 1980, temos uma expansão do capitalismo e da sociedade de consumo, e o desenvolvimento de um mercado de trabalho sofisticado e bem remunerado associado a este universo, que se converte na esfera de atuação de uma nova geração de jovens, os *yuppies*. Publicitários, operadores da bolsa de valores, especialistas em novas tecnologias, designers, agentes artísticos e culturais, profissionais do cinema e da televisão, entre outros, vão alimentar uma nova revolução da

Apresentação
Passagens na cultura de moda moderna: da distinção à confusão
Maria Lucia Bueno

moda, que começa com o conforto e a praticidade do estilo casual dos norte-americanos, consagrado nos filmes de Woody Allen. Desde então, até mesmo as elites econômicas vão procurar se inserir e se distinguir socialmente em função de alguma atividade profissional, ainda que, em alguns casos, seja apenas de caráter decorativo.

Nos anos 80, com o processo de globalização o quadro se complexificou. Na consolidação dessa nova configuração social no mundo da moda, a arte, enquanto instância de legitimação simbólica, e as indústrias culturais, espaços de difusão e circulação de novos estilos de vida, inclusive os ligados ao lazer, desempenham um papel fundamental. A alta moda, através da cultura das marcas, atuando muitas vezes em parceria com a arte contemporânea, expandiu seu espaço geográfico, se desterritorializando para diferentes regiões do mundo. Mas a moda francesa permanece nesse universo como a mais forte instância de legitimação, reduto das principais marcas de luxo. Este poder simbólico transformou Paris em espaço de disputa internacional dos estilistas que lutam pela consagração de suas marcas. O triunfo dos japoneses (Hanae Mori, Issey Miyake, Yohji Yamamoto e Rei Kawakubo) e dos ingleses (John Galliano e Alexander MacQueen) à frente de casas tradicionais, como Dior, Givenchy, ou conduzindo os seus próprios estabelecimentos, trouxeram uma diversidade cultural e um perfil cosmopolita para a alta moda contemporânea (KAWAMURA, 2004; BREWARD, 2003).

Outro aspecto, já mencionado, a radicalização da desterritorialização ligado à globalização vindo sendo responsável pela instabilidade e a desorganização de fronteiras que vigora entre diferentes domínios da vida social. Para Octávio Ianni esse é um processo que promove uma situação de desenraizamento generalizada. "Uns e outros deixam de estar vinculados a somente, ou principalmente, uma cultura, história, tradição, língua, religião, utopia. O desenraizamento que acompanha a formação e o funcionamento da sociedade global põe uns e outros, situados em diferentes lugares e distintas condições socioculturais, diante de novas, desconhecidas e surpreendentes formas e formulas, possibilidades e perspectivas. Compreendido em suas diversas conotações, o processo de desterritorialização, liberta horizontes sociais, mentais, imaginários, abrindo novos e distintos ângulos à ciência, à filosofia e à arte." (IANNI, 1992, p.101)

A globalização só existe enraizada nas práticas cotidianas. Os homens encontram-se ligados pelo destino, pelas experiências sociais e por um repertório simbólico comum (ORTIZ, 1994, p. 30). Renato Ortiz observa que trata-se de “um processo social que atravessa de forma diferenciada as realidades nacionais e locais. Seu vetor se define por sua transversalidade. Trata-se de uma tendência. (...) como uma tendência é sempre algo genérico e é preciso aprendê-la indiretamente, torna-se necessário buscar expressões modais que a explicitem. Minha hipótese inicial é pois: cultura popular, consumo, turismo, moda, música popular etc. são objetos heurísticos que revelam um arranjo social transcendente às exigências e expectativas de uma cultura nacional. Pensá-los em um contexto particular é considerá-los como parte de uma matriz mais ampla, mundial.”(ORTIZ, 2000, p. 12)

Refletir sobre a moda a partir desta matriz, é considerá-la como um objeto privilegiado para compreendermos a organização da cultura e da sociedade na dinâmica globalizada, na qual o sistema da moda atua como um importante motor, no âmbito social, econômico e cultural. A moda de massas, que passou a ser uma forma de estética popular, pode muitas vezes ajudar os indivíduos a expressar e a definir a sua individualidade. A estética modernista da moda também pode ser utilizada para expressar a solidariedade de grupo e, especialmente em anos recentes, a solidariedade anti-cultural. Os dissidentes sociais e políticos criaram formas especiais de vestir para exprimirem a sua revolta durante o período industrial. Hoje em dia, os rebeldes sociais transformaram a utilização da moda numa afirmação vanguardista.” (WILSON, 1989, p. 25)

A roupa e a moda nesse contexto deixam de operar como mecanismos de distinção social, para funcionar ora como formas de inserção no mundo do trabalho, ora como formas de expressão da identidade ou de diferenciação social – que o sociólogo francês Pierre Bourdieu designaria como mecanismos distintivos – no cotidiano privado. A nossa hipótese é que nessa nova atmosfera a roupa e a moda emergem cada vez mais na desorganização das fronteiras entre os diferentes segmentos sociais, como agentes de confusão.

A preocupação com a aparência, portanto, está ligada à cisão, própria da modernidade, entre o ser e o parecer. A moda, envolvendo não

Apresentação
Passagens na cultura de moda moderna: da distinção à confusão
Maria Lucia Bueno

só o vestuário, mas tudo o que diz respeito à construção da aparência, principalmente os estilos de vida, cresce em importância na mesma medida em que a preocupação com a construção da identidade torna-se tarefa crucial dos indivíduos. Diferentemente de outros momentos históricos, as sociedades modernas impõem aos indivíduos a necessidade de definirem suas identidades, não mais pré-determinadas pela tradição e pelo costume. Numa sociedade pautada pela mudança, as pessoas são levadas a uma redefinição contínua de suas identidades, que se tornam cada vez mais plurais, como os espaços sociais por onde transitam. Georg Simmel observou que as flutuações da moda são uma decorrência direta do ritmo acelerado, da efemeridade e das transformações constantes da vida moderna (SIMMEL, 1989). Nesse processo temos uma transformação do papel da moda que evolui de dispositivo de demarcação social para elemento de confusão entre as fronteiras sociais estabelecidas.

Reconstituir a história da formação do campo da moda no Brasil nos parece um caminho promissor no sentido de lançar luz à compreensão da problemática aqui enunciada. Os textos reunidos na primeira parte deste livro, partindo de diferentes perspectivas, de recortes e períodos distintos, discutem essa passagem na cultura de moda do século XX, na qual a alta costura francesa e o estilo de vida dos ricos ociosos perdem a centralidade enquanto referências de elegância e comportamento (CRANE, 2006). O próprio conceito de elegância, na nova fase de ampliação e segmentação da sociedade de consumo que se abre a partir dos anos 1960, deixa de ser um valor na cultura de moda, que evolui cada vez mais centrada na construção de identidades. Nesse movimento a moda deixa de ser um espaço de institucionalização e regulamentação de padrões e comportamentos, para se converter numa esfera de elaboração e difusão de novas identidades.

Em *As Manequins Americanas de Jean Patou: Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo*, a historiadora inglesa, Caroline Evans faz alusão a estratégia de marketing inventada pelo costureiro francês para promover internacionalmente a sua produção, que associava suas criações a uma nova identidade corporal, identificada com o ritmo da modernização da sociedade norte-americana e a silhueta dinâmica de suas mulheres.

Tendo por base a indumentária masculina, Maria Cristina Volpi aborda os estilos de vestir da boêmia literária na Belle Époque carioca, vistos como resíduos de uma era em que ainda vigorava uma cultura pautada pela superioridade dos padrões e valores europeus. Em " Da cópia fiel à originalidade na estamparia têxtil brasileira" Luz Garcia Neira examina o debate ideológico que permeou a construção de uma cultura de design nacional na indústria de tecidos no país entre 1930 e 1970. Patricia Reinheimer reflete sobre a ampliação dos limites da arte nos anos 1960 e 1970, tendo como referência a trajetória de Olly, uma artista contemporânea carioca, de origem alemã, que desenvolveu parte da sua obra na interface entre a arte contemporânea e a moda.

Tomando como principal objeto as fotografias produzidas pelo Correio da Manhã na década de 1960, Maria do Carmo Rainho procura analisar como as imagens da moda carioca revelam as alterações no campo da indumentária nesse período, se rompem com os cânones estabelecidos na representação de homens e mulheres e, em especial, se tais rupturas se articulam com as mudanças mais amplas da sociedade. A partir das crônicas de Ibrahim Sued e suas listas das dez mulheres mais elegantes, publicadas anualmente nas páginas de O Globo, Elisabeth Murilho da Silva discorre sobre a vida mundana do Rio de Janeiro, quando ainda era pautada por árbitros de elegância.

Referências

BOURDIEU. *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp, 2007.

BREWARD, Christopher. Oxford: Oxford University Press, 2003.

CRANE, Diana. *A Moda e seu Papel Social. Classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Editora do Senac, 2006.

DURAND, José Carlos. *Moda, Luxo e Economia*. São Paulo: Editora Babel Cultural, 1988.

Apresentação
Passagens na cultura de moda moderna: da distinção à confusão
Maria Lucia Bueno

- GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- IANNI, Octavio. *A Sociedade Global*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1992
- KAWAMURA, Yuniya. *The Japanese revolution in Paris fashion*. Londres: Berg, 2004
- ORTIZ, Renato. *O próximo e o distante. Japão e modernidade-mundo*. São Paulo: Editora Brasiliense, 2000.
- RAINHO, Maria do Carmo. *A cidade e a moda*. Brasília: Editora da UnB, 2002.
- ROCHE, Daniel. *A Cultura das aparências. Uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII)*. São Paulo: Editora do Senac, 2007.
- SIMMEL, Georg. *Philosophie de la modernité*. Paris: Payot, 1989.
- WILSON, Elizabeth. *Enfeitada de sonhos. Moda e modernidade*. Lisboa: Edições 70, 1989.
- VEBLEN, Thostein. *A teoria da classe ociosa*. São Paulo: Pioneira, 1965.

As Manequins Americanas de Jean Patou: Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo

Caroline Evans¹

Resumo

A moda e a produção da alta costura francesa da década de 1920 são discutidas aqui a partir da importação de manequins americanas pelo costureiro francês Jean Patou. Introduzidas na alta costura parisiense, o uso dessas manequins era reflexo não apenas de uma intenção de transformação da silhueta francesa, mas também uma proximidade maior com o público americano, através de desfiles cuidadosamente encenados.

Palavras-chave: Manequins. Moda francesa. Desfile de moda.

Jean Patou's American Mannequins: Early Fashion Shows and Modernism

Abstract

The fashion and production of French Haute Couture of the 1920s are discussed here from the importation of American mannequins by the French couturier Jean Patou. Introduced in Parisian Haute Couture, the presence of these mannequins was aimed not only at a transformation of the French silhouette, but also a increases a proximity with the American public, through carefully staged fashion shows.

Keywords: Mannequins. French fashion. Fashion show.

1

Caroline Evans é Professora de História e Teoria da Moda na Central Saint Martins College of Art and Design (Universidade de Artes de Londres). É autora de *The Mechanical Smile. Modernism and The First Fashion Shows in France and America, 1900-1929* (Yale University Press, 2013) e *Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity and Deathliness* (Yale University Press, 2003, reeditado em 2007). E-mail: c.evans@csm.arts.ac.uk

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

O foco central deste artigo é um único desfile de moda de duas horas, que aconteceu em Paris em fevereiro de 1925: a coleção outono-inverno de 1925 de Jean Patou. Nenhuma foto do desfile, caso o registro realmente tenha sido feito, sobreviveu, mas há extensos relatos por escrito, tanto de recordações como da imprensa. Este trabalho revela a escolha das modelos pelo costureiro, sua encenação e sua manipulação da imprensa, conectado a um conjunto das mais amplas preocupações sobre comércio, cultura, gênero e trabalho nos anos de 1920. Em particular, o estilo modernista de Patou em modelar os corpos exemplifica a estética Fordista da moda de 1920 e as técnicas de administração Taylorista, que permeavam as casas de costura francesas. Nesse sentido, o modernismo de Patou, mais que pertencer a uma vanguarda artística, era parte de uma racionalização social e econômica do corpo no início do século XX.

Em novembro de 1924, um anúncio apareceu no *New York Times*:

MANEQUINS SÃO NECESSÁRIOS EM PARIS

Jean Patou, o costureiro parisiense, deseja selecionar três tipos ideais de belas jovens americanas que desejem seriamente uma carreira como manequim em seu atelier parisiense. A moça deve ser elegante, esbelta, com pés em bom formato e tornozelos refinados. A partida é em três semanas. Proposta salarial atraente, um ano de contrato e despesas de viagem pagas. A seleção acontecerá através de um júri nos escritórios da *Vogue*, 14º andar, rua 19 oeste com a 44ª. Inscrições na manhã de sexta-feira, das 10h às 13h:30m.

Em resposta, quinhentas jovens moças apareceram nos escritórios da *Vogue*. Um grupo de semifinalistas foi selecionado, e elas foram convidadas a que se apresentassem novamente no salão de festas do Ritz. Ali a seleção final foi feita por um júri, composto por Edna Woolman Chase, redatora da *Vogue Nova York*, Condé Nast, seu editor, a decoradora de interiores Elsie de Wolfe, o fotógrafo Edward Steichen, e o próprio costureiro, Jean Patou. Devido ao grande número de inscritas, o júri selecionou seis manequins em vez das três originais. O jornal *New York Times* de 14 de dezembro de

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

1924, no entanto, divulgou que nove candidatas obtiveram sucesso, mas as fotografias tiradas na chegada à França, em dezembro de 1924, mostram Patou com sete; em fevereiro de 1925, quando elas foram fotografadas com Patou no pequeno palco da Maison Patou em Paris, elas haviam aparentemente sido reduzidas a seis. Somente uma, Lillian Farley, cujo nome profissional era Dinarzade, era manequim profissional que já havia desfilado para Lucile, em Nova York. As outras foram recrutadas da sociedade, do palco e das telas. Carolyn Putnam era uma moça da sociedade, Rosalind Stair uma “manequim jovial que apareceu em filmes com atores famosos”, Dorothy Raynor uma modelo artística que já havia posado para Charles Dana Gibson, Edwina Pru, uma atriz e a ruiva Josephine Armstrong, uma “modelo artística, que... apareceu em filmes” (NYT, 14 de dezembro de 1924).

Apenas uma era loira, as outras tinham cabelos castanho claro ou escuro. Patou evitou manequins com cabelos muito escuros porque acreditava que morenas denotavam uma origem latina, e eles estavam procurando por “um tipo Americano distinto”. Para Patou isto incluiria o “tipo jovem” que era, em contrapartida, como ele mesmo havia colocado, mais joviais que as francesas. Declarou que, enquanto a garota francesa jovem e solteira raramente significava algo na sociedade francesa, na América era o oposto. Em suas palavras: “Tomei jovens para criar vestidos para as jovens americanas. Uma tem somente dezesseis anos, imagine! Mas a mãe vai com ela!” (NYT, novembro de 1924). Era Rosalind Stair; Edwina Pru era pouco mais velha, com dezessete.

Passando por Nova York uma quinzena antes de seu anúncio aparecer nos jornais, ele havia anunciado, da suíte de seu hotel, que estava ali para estudar “as necessidades de estilo da Mulher Americana”. Percebeu que “é inspirador criar para essas mulheres, que possuem um estilo distinto e são muito chiques. Elas têm corpos perfeitamente adequados para vestidos. Eu os nomeei de tipo Silhueta”. Patou então ilustrou com gestos: “as alemãs possuem os corpos assim - rígidos, com movimentos perpendiculares, e ‘as francesas são tão’ - curvilíneas” (NYT, 2 de novembro de 1924). Na audição das manequins, o tipo desejável americano aparentemente foi o sem quadris. Dinarzade conta que Patou ficou curiosamente interessado nos tornozelos finos, o que foi especificado no anúncio; depois “ele se

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

negou a olhar para os quadris ou para a posição onde eles deveriam estar. Nenhum era desejável". Mais tarde, Patou pronunciou que "as Americanas são criaturas encantadoras..., mulheres que possuem tantos interesses e atividades variadas que as mantêm jovens. Elas praticam esportes, e isso faz que elas mantenham esses corpos esplêndidos. E seus pés e tornozelos são os mais perfeitos do mundo" (NYT, 23 de novembro de 1924). Para o *Washington Post* ele declarou: "Quando eu acho que a mulher francesa é especialmente chique é porque ela se aproxima do tipo americano - ela tem aquelas linhas alongadas e elegantes. Os tipos Juno e Diana não são mais belos nos dias de hoje." Mais tarde, no entanto, Patou modificou sua declaração e foi cuidadoso em acentuar a "desejabilidade requintada de ambas as formas arredondadas da Vênus Francesa e do corpo esbelto da Diana Americana" (AV, 163), uma comparação que ele consistentemente invocou em entrevistas:

Eu fui à América procurar minhas manequins por muitas razões técnicas. Em primeiro lugar, há uma grande diferença entre a silhueta francesa e a americana. O esporte fez uma grande diferença plástica. A garota francesa é uma Vênus e a americana uma Diana, com músculos tão bem desenvolvidos, pouco busto e longas pernas. Fui persuadido de que, no Olimpo, Vênus estava vestida como Diana, mas a Diana é a típica 'jovem demoiselle' e a Vênus é a típica mulher.

O debate acerca da "questão racial", como o *New York Times* maliciosamente apelidou as discussões sobre as supostas diferenças entre a mulher francesa e a americana, intensificou-se por muito tempo, mesmo depois que as manequins de Patou deixaram Nova York. Em fevereiro de 1925, o jornal voltou ao ponto num artigo com o título "O Julgamento de Paris":

Paris de Troia não foi mais sério com este assunto do que a Paris dos costureiros de vestidos. Um problema nacional e certamente racial está envolvido. Cada estilo sucessivo promulgado por eles deve ser vestido por todas as mulheres francesas e também por todas as americanas. As alemãs são magras e esguias; mas

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

as francesas, sendo parte do grupo mediterrâneo, são bastante baixas da cintura para baixo (*NYT*, 15 de fevereiro de 1925).

Os jornalistas do *Times* consideraram que a moda da cintura baixa vestia melhor a esguia mulher americana do que a compacta mulher francesa.

O problema é complicado, mas o Sr. Jean Patou tem a solução. Nem por um minuto duvida do que ele chama de 'o triunfo de Diana sobre Vênus'. Para sua mente perspicaz, é mais fácil criar para a Vênus do que para o estilo atual. Então importou um bando de manequins americanas não somente para exibir seus vestidos para os consumidores transatlânticos, mas para 'servir como modelos', em carne e osso, para a mulher francesa (*NYT*, 15 de fevereiro de 1925).

De acordo com Patou, a moda concebida para as manequins francesas perde seu apelo para as clientes americanas; os corpos americanos, assim como seu estilo, são tão diferentes dos franceses que seus desenhos devem ser modelados diretamente nas americanas. Ao promover a ideia de um físico americano como diferente, ele aproveitou um estereótipo já existente. Desde o começo do século as revistas americanas, como a *Vogue* e a *Harper's Bazar*, procuraram diferenciar os dois. Em 1910, no artigo intitulado "Mulheres americanas que eu conheci", o autor francês Marcel Prévost escreveu:

... para nós, europeus, certamente existe um tipo físico das mulheres americanas... não tão pequena, com a pele escura ou mais gordinha, mas... uma pessoa alta, mais esbelta, uma aparência vigorosa... através da higiene e dos esportes e sem dúvida, também, através do sincero e direcionado esforço na corrida em direção à beleza, o tipo real da mulher americana havia sido formado... alta e forte, com uma aparência deslumbrante e vestuário que, aos nossos olhos, encarnam o tipo físico da mulher americana.

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

Nos anos de 1910 e 1920, a imprensa da moda frequentemente se referiu à necessidade de modificar o corte francês das roupas para as mulheres americanas. Um artigo americano relatou com orgulho nacional a situação inversa, na qual as mulheres francesas estavam “se esforçando heroicamente para moldar seus corpos às linhas americanas”, enquanto os costureiros franceses “continuavam a se aproximar o máximo possível da silhueta esguia para agradar a clientela americana”. Patou também fez esta reivindicação quando retornou aos Estados Unidos e anunciou que a vida mais ativa das mulheres francesas modernas iria, no futuro, treinar seus corpos ao estilo mais “Americano”. No artigo sub-intitulado “A batalha entre os corpos americanos e franceses foi aparentemente ganha pelos primeiros”, ele declarou que, “mesmo na França... o aumento da vida ao ar livre e o desenvolvimento dos membros por causa do tênis, golfe e natação está causando o desaparecimento da última geração de corpos robustos e relativamente baixos” (NYT, fevereiro de 1925).

A distinção, no entanto, era amplamente simbólica e, na medida em que se tornou real, foi baseada no financeiro mais que em atividades ao ar livre. A revista *Fortune* referiu-se à moda dos anos de 1920 em termos econômicos:

Aquelas modas são influenciadas por forças econômicas e sociais - isto é uma declaração dura. Ela cresce de forma emocionante, embora os dados flutuantes dos desfiles de Paris na última década tenham ficado paralelos às flutuações do franco. Foi essencialmente uma luta entre a mulher americana e a parisiense... A mulher americana dominou a moda durante a maior parte da última década. Ela gostava de saias curtas, tão perfeitamente adaptadas à sua vida livre e atlética - e para mostrar suas pernas finas e seus tornozelos. Foi uma moda feminista.

O artigo continua destacando como a moda americana não se adaptava ao físico menos atlético, mais robusto e “feminino” das mulheres francesas, passando diretamente a uma comparação de suas respectivas moedas correntes:

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

Mas o franco estava caindo, caindo, caindo por todos esses anos desde 1919 até 1926. A ditadura americana florescia e Paris não ousava expulsar os vestidos tubo e as saias curtas, as quais se tornaram um uniforme da década... Em 1926 o franco afundou, eram trinta e um francos por dólar, e as exportações (e com elas toda a influência americana) atingiram o seu auge.

Nessa linha, o jornalista compara os valores da economia (moeda corrente) a valores culturais (perfis das mulheres), juntando os dois por associação e lembrando ao leitor da base econômica destas supostamente comparações anatômicas.

Tendo selecionado suas manequins, Patou embarcou para a França em 19 de novembro de 1924 no navio francês Paris, seguido pelas manequins depois de uma semana ou mais, no navio Savoie. Philippe Ortiz, diretor da *Vogue* francesa, fez a mesma travessia, mas foi a redatora da *Vogue* americana, Edna Woolman Chase, quem foi fotografada com Patou e seus manequins nas fotos publicitárias tiradas a bordo do navio, em sua chegada ao Le Havre (*NYT*, 19 de novembro de 1924). Ela é a mulher mais à direita na linha das manequins. Patou, ao centro, era extremamente alto e as alturas de suas manequins, que variavam entre 1,76 e 1,80 metro, podem ser medidas em comparação com a dele, que era entre 1,93 e 1,96 metro. Dinarzade, que está mais à esquerda, era a mais alta. Os braços dados das manequins, seus alegres sorrisos, com seus passos rápidos e pés à frente, prefiguravam as formações "*chorus-line*" que Patou em breve iria implantar quando encenasse seu primeiro desfile de manequins no salão de costura.

A imprensa francesa saudou sua chegada com pouco entusiasmo, apesar de ter havido um endosso pródigo de Patou ao tipo americano na imprensa dos Estados Unidos. A importação de manequins americanas para Paris era uma tremenda provocação numa França onde a mulher francesa era considerada a personificação da sedução e elegância, e Paris o centro simbólico da moda e o centro econômico da alta costura. As respostas dos jornais franceses foram ferozes, chauvinistas e protecionistas. Um ano depois, no fim dos contratos das manequins e seu retorno aos Estados Unidos, o jornal francês ainda se mantinha hostil. Uma manequim, Dorothy

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

Raynor, lembra que “os jornais parisienses nos ridicularizavam e até os americanos em geral, por presumir que mostrávamos aos parisienses como se vestir melhor”. Ela contou que as manequins francesas não eram exatamente hostis - pelo contrário, elas davam às americanas conselhos úteis de como lidar com avanços inoportunos dos homens franceses nas ruas - mas suas reações eram inevitavelmente influenciadas pelos jornais, e assim reclamavam tanto dos altos salários como dos bustos retos das americanas.

Somente Collete, escrevendo na *Vogue* francesa, era neutra. Segundo ela, “*un aventureux couturier apporte en France une demi-douzaine de mannequins américains*” (um costureiro corajoso importou para a França meia dúzia de manequins americanas). Em contrapartida, comparando-as com as francesas, as quais ela caracterizou como “*doubles, ponettes françaises, latines râblées, dures à la fatigue, rebelles à la maladie*” (robustas, põneis francesas, latinas atarracadas, resistentes ao cansaço, intratáveis a doenças), Collete previu que “*cette escouade d’archanges va, d’un vol chaste que nulle chair ne retarde, entraîner la mode vers une ligne toujours plus svelte*” (este esquadrão de arcanjos, em um voo puro desimpedido pela carne, irá reorientar a moda em direção a uma crescente linha esbelta). Ao se referir à chegada das americanas como um voo puro, Colette lembra a descrição das mesmas como Dianas, dada por Patou; outros contemporâneos caracterizaram a mulher americana como assexuadas em comparação com a mulher francesa. O costureiro Paul Poiret foi mais longe ao descrever a mulher americana com “bonita... mas sem paixão”, e glorificava o uso pelas mulheres francesas de artifícios e maquiagem e um certo “*louche appeal*”: “elas possuem a atração da desobediência. Elas possuem mais energia. Elas podem ser um pouco cansativas - mas são muito agradáveis” (WP, 12 de abril de 1925).

Na tarde de 5 de fevereiro de 1925, as manequins americanas se apresentaram no salão parisiense de Patou na rua Florentin, com o estúdio equipado com um “palco em miniatura iluminado pelos mais improvisados métodos para fotografias”. Não obstante, nenhuma fotografia do evento sobreviveu e é possível que nenhuma fotografia tenha sido tirada. Mas existe um enorme número de relatos por escrito. As manequins “fizeram

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

suas entradas descendo pela rampa”, para dentro do mais decorado dos salões principais. Dinarzade, que esteve no desfile, lembra:

No momento em que passei pela porta para apresentar meu primeiro vestido, eu tive a impressão de entrar em um perfumado estojo forrado de seda, a atmosfera estava fortemente carregada. Os homens em seus justos fraques lustrosos, cabelos besuntados; as mulheres em seus deslumbrantes vestidos de noite, embebidas de joias. Estava tão quente, tão quente, e o ar era sufocante com a mistura dos odores dos perfumes e cigarros. Era quase uma hora quando a coleção acabou... vinte de nós haviam mostrado quinhentos modelos (AV, 166).

De fato, foram cerca de 350. Então, cada manequim desfilou aproximadamente dezoito vestidos em um desfile que durou mais de duas horas. Patou declarou como ele próprio estava maravilhado com suas novas manequins: “Estou encantado com elas. Eu as fiz manter seus trejeitos joviais, ao invés de assumir o andar tradicional das manequins francesas”. Edna Woolman Chase descreveu como “Patou empregou uma exibição bastante carismática”: percebendo que sua audiência esperava distintas diferenças nos vestidos criados para as manequins francesas e americanas, ele abriu o desfile com todas elas vestindo aquelas roupas de algodão que geralmente se usa entre as trocas de roupa, portanto sugerindo que eram todas iguais por debaixo da pele. Chase lembra que, “numa visão publicitária avançada, esta demonstração da forma feminina, qualquer que fosse a diferença de contorno, era composta de cabeça, membros e torso, e era em cima disso que o costureiro deveria trabalhar, o que gerou umas gargalhadas e fez o desfile começar com bom humor”. (AV, 166). O jornal parisiense *Les Echos* destacou uma pequena variação desse relato, dizendo que o desfile não foi aberto por vinte, mas por vinte e cinco manequins vestidas de forma idêntica, porém em duas cores diferentes, cada uma apresentando aos membros da audiência frascos de perfume. O jornal não fez nenhum comentário se as duas cores representavam as duas nacionalidades, de forma oposta ao primeiro desfile da noite, no qual as manequins estavam vestidas de forma totalmente idêntica. É possível que Patou tenha apresentado ambas as

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

versões em momentos diferentes, já que o desfile foi repetido diariamente por um período de várias semanas.

Enquanto não há nenhuma fotografia do primeiro desfile no qual as manequins estavam com roupas idênticas, um fotógrafo do jornal *Le Quotidien*, em 2 de março de 1925, mostrou uma fila de seis manequins americanas vestindo a mesma roupa xadrez usada no primeiro desfile (Figura 3). Ali, a pressa de Patou com as vinte modelos americanas e francesas, identicamente vestidas, planando pelo salão em seu geométrico xadrez, reduziu os corpos das manequins a estampas abstratas pelo fato de fazerem-nas replicar o mesmo visual da fila de apresentação no palco. Que o visual daquela fila de apresentação havia entrado no léxico dos desfiles de moda, a partir de 1920, é evidenciado pelo *Grand Nuit de Paris* da revista *Femina* em 1927, um desfile de moda de caridade anual composto por mulheres da sociedade mais do que por manequins profissionais, as quais foram agrupadas de acordo com similaridades de altura e vestimenta.

Em 1927, o escritor alemão Siegfried Kracauer relacionou a fila de apresentação à produção industrial moderna de massa, argumentando que era uma representação simbólica do sistema capitalista, no qual a identidade visual de cada menina era subordinada a um “ornamento de massa”. As estampas abstratas produzidas pela maioria dos corpos nos estádios esportivos e nos teatros produziam, de acordo com Kracauer, uma imagem das esteiras transportadoras e da linha de produção da fábrica. As atividades de lazer do trabalhador moderno (teatro popular e esportes), ele argumentou, inconscientemente refletia o local de trabalho da organização: a fila de apresentação, portanto, revelava a verdade escondida sobre a natureza materializada e mecânica da sociedade industrial moderna. Quando Patou abriu seu desfile de outono-inverno de 1925, apresentando uma fila de manequins identicamente vestidas, ele imaginou esta problemática no mesmo modo. Apesar da noite luxuosa organizada para o desfile de moda de Patou, com a atmosfera de festa, impregnada com perfume e cigarros, e clientes em vestidos de noite, seu estilo gráfico modernista correspondia ao visual da linha industrial de produção: as manequins em suas vestes xadrezes eram uma visão materializada da padronização do corpo da moderna produção industrial.

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

O visual da padronização e estética industrial era comumente percebido como sendo americano. No início de 1923, o *Washington Post* soltou um artigo: "Pela primeira vez os franceses se subordinam às ofertas do comércio", no qual é acentuado que o franco havia caído a um terço do seu valor pré-guerra por volta de 1923, e afirmou que o "Estilo Americano" havia sido dominante nas coleções parisienses agora que Paris estava cada vez mais dominada pelos compradores americanos (*WP*, 29 de abril de 1923). Outro jornalista de moda americano diferenciou "padrões" de "padronização" na vestimenta, declarando que "mulheres estrangeiras, acostumadas à originalidade na vestimenta, estão maravilhadas com a monotonia que as mulheres americanas buscam para si mesmas através da mesma estampa. Elas dizem: nossa 'moda de massa' é atroz!... Na França... a significância da palavra individualidade é instintiva." O artigo citou uma modista francesa que defendia a individualidade na vestimenta, e dizia: "enquanto não podemos padronizar as mulheres, nós iremos padronizar as vestimentas para elas". Era a ideia do corpo americano como padronizado, assim como esportivo, que ligou a escolha de Patou de manequins americanas como a estética do modernismo, especialmente através das formas tubulares e corpos mecânicos da arte e do *design* de 1920, abrangendo a pintura e a escultura de Léger e Duchamp, a arquitetura e teorias de Le Corbusier e a Bauhaus.

Tendo à primeira vista a uniformidade de seus manequins americanos, o desfile de Patou acontecia uma vez à noite em uma atmosfera de festa para clientes privados, e era repetido na luz fria do dia em tardes subsequentes para compradores internacionais, revelando a contradição no coração do comércio da costura francesa. A alta costura tinha dois mercados distintos: venda de vestidos exclusivos para clientes privados e modelos de vestidos para os compradores do mercado de massa copiarem. Patou, assim como todos os costureiros de Paris, foi obrigado a cortejar três diferentes categorias do consumidor americano: primeiramente, o consumidor da alta costura, em segundo, o de luxo, lojas franco-filiais como Bergdorf Goodman com a qual ele mantinha contato próximo, e, por fim, os atacadistas da Sétima Avenida. Enquanto as lojas de luxo compravam o que eram efetivamente modelos afrancesados para cópia, os atacadistas

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

americanos podiam comprar milhares de dólares de modelos que valiam a pena ser reproduzidos, em uma única casa por estação, a fim de se fazerem cópias mais baratas para o mercado de massa.

Dinarzade descreveu a exposição para o comércio que aconteceu no dia seguinte: “Na próxima tarde foi a abertura para os compradores americanos. Eles chegavam em massa. Era uma sensação totalmente diferente da atmosfera de festa que havia prevalecido na noite anterior. Estes homens e mulheres estavam ali para negócios. Os compradores europeus chegaram no dia seguinte e o salão soava como a Torre de Babel” (AV, 167). Os compradores americanos eram os mais importantes, e o *Washington Post* relatou que os costureiros principais mostravam aproximadamente 3.000 vestidos entre essa estação e aquela em que “Paris ficou lotada com os compradores americanos” (WP, 15 de fevereiro de 1925). A partir da semana seguinte, o desfile de Patou superlotava, e “havia dez pedidos para cada convite... todos queriam ver suas manequins americanas em ação. A coleção foi bem recebida pela imprensa americana: um dos muitos elogios foi que suas criações “combinavam o frescor e a simplicidade do gosto americano com o refinamento francês”. Mesmo os jornalistas que sabiam, de coração, que Patou estava vendendo o imaginário americano para os americanos, também sabiam que eles ainda precisavam do selo francês:

Depois de vender o estilo *flapper* americano² em seu próprio meio social, um costureiro parisiense voltou para casa e modificou suas criações para fazer toda a linha da estação caber perfeitamente na sua personalidade, indo mais longe como importar, para que as jovens americanas pudessem usá-las. As reações dos compradores americanos que sentaram para o início do desfile de sua linha americanizada eram de distração e esclarecimento, para dizer o mínimo. Suas atitudes foram uma absurda mistura de desapontamento, consternação e desorientação. Ouviu-se comentários animados em todos os cantos: “Mas isto é exatamente o que nós estamos fazendo em casa por anos!” ou, “Eu não vou comprar isto aqui; eu consigo centenas como este na Sétima Avenida, sem impostos para pagar!”. Ou novamente: “A Smith & Jones no Garment Center

2

Nota do Tradutor: American flapper no original refere-se ao estilo das jovens americanas, que usavam vestidos mais curtos, de modelagem tubular, cabelos curtos, fumavam, dançavam e tinham um estilo de vida mais independente em relação às jovens europeias do mesmo período. Essa roupa característica ficou conhecida como flapper dress.

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

tem uma linha melhor destas coisas, as quais eu posso comprar com um quarto do dinheiro!”

Nós olhamos uns aos outros com surpresa. Nós havíamos dormido por todos esses anos? Aqui estava um costureiro que todos nós dependíamos para criar algo novo que cansativamente buscávamos por toda a Europa, e ele de forma completamente intencional nos mostrou o encantamento de nossas próprias ideias. Pobrezinho, ele havia tido, com as mais egoístas intenções, de forma desinteressada nos apresentado nosso próprio mercado.

Todavia, tão conscientemente e tão minuciosamente havia o prestígio do costureiro sido explorado pelas lojas de departamento americanas, já que nenhum dos compradores ousou desprezar sua coleção, mesmo sabendo que comprar seus modelos era definitivamente o mesmo que carregar carvão para Newcastle.”

Tais desfiles eram feitos exclusivamente para compradores, e os clientes privados nunca assistiam; eles eram estritamente segregados e nunca compareciam aos mesmos desfiles, embora em muito poucas casas (não é o caso da de Patou) os clientes pudessem sentar-se perto de jornalistas de revistas do mercado de luxo como a *Harper's Bazar* ou a *Vogue*. Toda a alta costura dependia do auxílio da ilusão de que ambos os clientes, privados e compradores, estavam comprando modelos exclusivos, ou ao menos os direitos de reproduzir um. Assim, a base industrial da alta costura tinha de ser continuamente repudiada e ainda, com o retorno dos reprimidos, emergia na encenação para a elite, nos desfiles noturnos para os clientes privados, pela exclusividade, reproduzindo-os nas suas ligações com a indústria. O mesmo jornal nova-iorquino que divulgava o anúncio de Patou para audições de manequins americanas trazia anúncios diários para uma gama de modas francesas, ou inspirados nas francesas - importações genuínas de vestidos de Patou que valiam \$285, e com desconto \$135 na Russeks da Quinta Avenida, para as “novas interpretações dos Wannamakers” das modas de Paris a partir de \$98 por um casaco de pano feito nos ateliês dos Wannamaker's americanos, que combinavam “as mangas felpudas de Lanvin, a gola longa a qual Chanel era tão afeiçoada, a boca larga a partir do

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

joelho dos casacos de Patou" (NYT, 12 e 13 de novembro de 1924). Assim como o pequeno desfile de Patou atomizou os corpos das modelos em estampas moventes, o mesmo fizeram os costureiros e alfaiates da Sétima Avenida ao pulverizar fragmentos e pequenos detalhes dos modelos de vestidos liquidados das criações de Paris em seus vestuários de produção em massa.

Mesmo os vestidos criados para a coleção de outono-inverno de 1925 de Patou possuíam uma certa uniformidade que combinava com o estilo do desfile. O *Washington Post* escreveu que "o desfile de Patou é internacional, com manequins inglesas, americanas e francesas mostrando as nítidas influências de sua visita a Nova York. Os modelos (os modelos dos vestidos), em todas as exposições, são monótonos devido à falta de novidades exceto nos tecidos e nos enfeites". (WP, 15 de fevereiro de 1925). O *New York Times* também relatou que "Patou parece ter obtido um bom negócio com a inspiração que as manequins americanas trouxeram com elas. Suas formas de andar e suas saias mostram especialmente bem os corpos magros das garotas americanas". (NYT, 6 de fevereiro de 1925). Mais tarde, naquele ano, Patou repetiu o efeito já que, em maio de 1925, suas manequins desfilaram na embaixada em Cannes: "Os vestidos de noite são apresentados por cinco jovens garotas; cada vestido, exatamente igual em modelagem, é de cores diferentes, e cada um tem a mesma capa de lamê com pele de raposa negra. O efeito é maravilhoso, e as pessoas aplaudiram."

Apesar do cenário luxuoso, o estilo de Patou do corpo modernista, nos salões de Paris e Riviera, combinava graficamente com a estética da automação. Assim também acontecia em 1920, com a cenografia e a encenação de desfiles de manequins de outros costureiros, como Jenny e Chéruit, que agrupavam nos palcos os corpos das manequins em abstratas formatações parecidas com maquinários. Nesse caminho, a "tecnologia pesada" da linha de produção foi incorporada ao corpo e à subjetividade através da estética modernista. O efeito visual da repetição e abstração foi utilizada por uma gama de costureiros. Mesmo os mais conservadores, como Paul Poiret, modificaram seu estilo opulento para usar o geométrico moderno do xadrez, como Patou em 1925, e sua industrial, ou fordista,

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

estética de repetição dominou a moda e o *marketing* de meados dos anos de 1920. O pequeno vestido preto da pioneira Coco Chanel foi anunciado pela *Vogue* americana com o título de “o ‘Ford’ da Chanel - o vestido que o mundo inteiro irá usar - é o modelo ‘817’ do crepe preto de chine”, uma referência ao modelo de automóvel Ford T e ao discurso de Henry Ford, que “qualquer consumidor pode ter um carro pintado de qualquer cor, desde que seja preto”. O conjunto de terno da Chanel, de 1926, consistia de uma lisa saia tubular e um cardigã, ambos uniformemente cobertos com um folheado de lantejoulas, a retórica antidecorativa da criadora traduzida em racionalidade do corpo simplificado do modernismo. Apesar da abundância de lantejoulas, a estética da máquina foi exemplificada pelo brilho metálico do terno, das linhas retas e formas tubulares.

Assim, o *design* de moda de 1920 e os desfiles de moda usaram a criação modernista do corpo para mapear a criatividade comercial em uma cultura por meio da linguagem visual da arte e do *design*. Em particular nos desfiles, a matemática da moda era traduzida nas passarelas como sedução visual no momento em que os métodos de negócios se tornavam visuais e eram impressos nos corpos das mulheres. A retórica modernista da linha de produção foi mobilizada na produção cultural para expressar as estruturas industriais que não eram novas mas, antes, datadas de ao menos cinquenta anos atrás. A partir dos anos de 1870, as casas de costura parisienses haviam se tornado cada vez mais burocratizadas, juntamente com as linhas de produção tayloristas, mesmo antes do americano Frederick Winslow Taylor ter completado sua exaustiva pesquisa a respeito da “administração científica do chão de fábrica”, iniciada na Midvale Steel Mills nos anos de 1880. Na mesma década, as casas de alta costura francesas cresceram em tamanho, e inauguraram um novo tipo de organização burocrática que iria persistir bem até o século XX.

O sistema Taylorista foi finalmente publicado nos Estados Unidos em 1911. Essencialmente, ele desqualificava trabalhadores individuais ao alocar cada um deles num conjunto de tarefas físicas, específicas, repetitivas e prescritas, sendo assim, por exemplo, a um trabalhador não era mais permitido usar seu julgamento próprio, ou dar uma pausa para afiar a ferramenta com a qual ele estava trabalhando. A tarefa principal

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

era transferida a um gerente, e a última dedicada àquele que iria afiar a ferramenta. Entre aproximadamente 1910 e 1920, os princípios do Taylorismo se tornaram bem estabelecidos na França, parcialmente devido à sua promoção entusiástica por parte do fabricante de pneus Edouard Michelin. O livro de Taylor foi traduzido em francês, e aplicado durante a Primeira Guerra Mundial nas fábricas governamentais por parte do químico Le Chatelier. Os jornalistas franceses geralmente usavam sua linguagem e conceitos ao descrever as casas de costura, e sua organização interna sugere o porquê.

Um álbum fotográfico relembra perfeitamente a organização e o trabalho interno nos desfiles da casa de costura parisiense Worth em 1927: a equipe feminina chegando ao trabalho, a organização dos ateliers, os estoques e os escritórios administrativos, assim como as cozinhas e as salas de jantar dos trabalhadores. O almoço era servido em três das cinco salas separadas do local de produção, assim, a equipe poderia retornar ao trabalho dentro de meia hora e não teria a necessidade de sair da casa, de acordo com a ideia Taylorista de que este tratamento aos trabalhadores promovia mais eficiência. Isto não era uma escolha ética ou moral, mas sim de negócio. As manequins eram supervisionadas de perto e não era a elas permitido sair do prédio durante as horas de trabalho. O *chef de cabine* de Patou mantinha os olhos nelas até mesmo em casa. Os álbuns de desfiles de Charles Worth mostrava toda a equipe de criação e de administração trabalhando em espaços determinados a eles: os desenhistas em um atelier, os alfaiates e cortadores em outro, a equipe de montagem em um terceiro, os bordadores num quarto e assim em diante. O álbum provê uma evidência visual da maneira na qual, por trás das cenas das casas de costura, havia uma estrita divisão do trabalho que não só facilitava a produção, mas também, e mais importante, militava contra a falsificação por parte da equipe. A poucos empregados era permitido mover-se entre as salas. Ao invés disso, o vestido ou peças do vestuário em andamento na produção eram carregados entre os ateliers pelos poucos privilegiados que atuavam como engrenagens na grande cadeia de produção. Apesar de ser peculiar, dada a natureza artesanal da costura francesa, o sistema do atelier constituía o de modelo de racionalidade, senão de produção industrial, que precedia a

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

linha de montagem criada por Henry Ford em 1913. O sistema também pré-figurava a economia cinética do Taylorismo, embora ele clamasse ser uma ciência, desde que a alta costura francesa a desenvolvesse organicamente no final do século XIX como consequência do grande aumento do tamanho e da escala das casas.

Embora o negócio dos costureiros franceses fosse amplamente artesanal, sua conexão com a indústria americana do vestuário era vital: o amparo econômico da alta costura consistia em prover modelos de vestidos para a indústria americana. E enquanto os *chefs* costureiros estavam inconscientemente adotando as ideias Tayloristas, por volta de 1920 costureiros como Patou e Lelong estavam agudamente atentos à relevância para eles de formas de produção industrial contemporâneas como Taylorismo e Fordismo. Um costureiro anônimo entrevistado em 1923 declarou que *"le grand couturier, qui est un artiste, doit être aussi un chef de maison, un directeur de banque, un patron d'usine"* (o grande costureiro, que é um artista, deve também ser o chefe da casa, o diretor de uma empresa, um administrador bancário, um dono de fábrica). De fato, no início de 1901 a revista *Femina* descreveu a casa de Redfern como *"une véritable usine d'élégance"* (uma verdadeira fábrica de elegância). Em 1926, o negócio de Patou havia sido reestruturado, *"aux nouvelles méthodes d'organisation rationnelles et scientifiques... l'organisation de son affaire est complètement industrielle"* (de acordo com o novo, racional e científico método de organização... a organização do seu negócio é completamente industrial). As metáforas bancárias e organizacionais assombravam a casa de costura, tanto quanto o manequim de vime no qual as roupas do século XIX haviam sido apresentadas assombrou a figura do manequim vivo como um misterioso dublê que revelou o coração mecânico do processo capitalista.

Nas casas de costura, as manequins se moviam entre suas cabines nos bastidores, onde fofocavam e conversavam, para a frente do salão da casa, onde apresentavam vestimentas de acordo com a demanda de clientes individuais em um desfile de lazer que desmentia o frenesi e o alvoroço detrás dos palcos. Esse serviço de luxo foi criado para fazer com que o consumidor acreditasse que tinha a atenção individualizada tanto dos vendedores quanto dos manequins; era o oposto do

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

imaginário industrial de Patou, que tratava as manequins como unidades individuais infinitamente reproduzidas. Ainda o mesmo ato de desfilar era uma repetição serial. Comentadores contemporâneos infalivelmente relembram a natureza repetitiva do trabalho da manequim, independente se ela estivesse desfilando para clientes individuais ou compradores internacionais. Eles focaram no fato de que suas ações não eram nem naturais ou individualizadas mas uma *répétition* (que em francês tem um duplo sentido, de performance e repetição). O que os ofendia era a inautenticidade de suas performances. Ponderaram as dificuldades de desfilar os mesmos vestidos dez vezes ao dia para dez clientes diferentes, cada vez como sendo a primeira. Eles agonizavam com o pensamento de que os sorrisos delas, tão sedutores, não eram únicos, mas repetidos para cada cliente, e por isso não poderia ser autêntico. Eles temiam que a manequim era “*un objet*” (um objeto), que tinha “*un sourire industriel*” (um sorriso industrial), e que a casa de costura era não menos que uma grande, bem organizada planta industrial produzindo luxo por metro, com a manequim como seu emblema principal.

A manequim incorporava a contradição entre múltiplas e únicas do que Nancy Troy identificou como sendo a tensão no início do Modernismo, que também se estende pelo coração da alta costura no pré-guerra. Individualmente notável, uma vez em um desfile de manequins ela se tornava parte do “ornamento de massa” que era visualizado por trás das cenas Tayloristas da organização da casa, e suas ligações ocultas com a produção Fordista via suas vendas além mar. Da mesma forma como os movimentos calibrados e padronizados do trabalhador Taylorista os fizeram uma mera engrenagem na administração científica do local de trabalho, também os repetitivos e estilizados gestos das manequins nos desfiles as incorporavam como uma parte viva no maquinário da casa de costura, a grande, coordenada mansão do trabalho regularizado e dividido. Enquanto suas poses apáticas pudessem invocar costura luxuosa e individualismo, a exatidão mecânica de suas performances sugeriam uma moderna racionalização e produtividade. Os desfiles de manequins deste modo revelavam, nas palavras de Kracauer, “componentes significativos da realidade [que tem] se tornado invisível em nosso mundo”.

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

Os interiores espelhados da casa de costura também adicionavam este efeito, ao refletirem a notável individualidade das manequins ao infinito. A metáfora visual da repetição e duplicação foram assim sendo construídas dentro da fábrica e em protocolos das casas de costura, e foi este conhecimento visual que Patou mobilizou quando abriu seu desfile em 1925 com um rol de manequins vestidas identicamente. Assim como na linha de frente, e também nos desfiles da casa de costura, a individualidade foi renunciada em favor da precisão militar, e é talvez não por acaso que a principal influência de Patou na forma com que ele comandava seu negócio vinha de sua experiência militar de comando e controle na Primeira Guerra Mundial.

Mais do que qualquer outro costureiro situado em Paris naquele momento, Patou favorecia os métodos de negócios americanos mais que os conservadores franceses: "Parisiense como ele é em suas ideias para a criação de vestidos, Jean Patou é conhecido como o mais americano dos franceses em seus métodos de negócios." Charles Creed, o mais novo descendente de Henry Creed, da conservadora casa de costura parisiense especializada em alfaiataria inglesa, elogiou Patou por sua "forte afinidade com a América" e seu "maravilhoso faro para publicidade." Ele descreveu Patou como tendo "animado Paris ao máximo ao importar jovens modelos americanas"; Na realidade, Patou sempre manteve boas conexões com as lojas de departamento americanas. Andrew Goodman, filho de Eddie Goodman da loja de Nova York Bergdorf Goodman, foi aprendiz dele em Paris. Independente de sua promoção de roupas esportivas, uma novidade americana, Patou fez muitas inovações comerciais inspiradas pela América. Ele deu muita atenção ao marketing, encenando seus desfiles de moda "com pequenas mesas cheias de pessoas como em um clube noturno, mordomos andando com sanduíches e champanhe, e batons Patou em carteiras Cartier, como presentes para as mulheres". Instalou um "Bar Americano" no local e tocava música americana em seus desfiles de moda. (NYT, 31 de julho de 1926). Patou usava as agências de imprensa americanas para divulgar sua publicidade ao redor dos Estados Unidos e meticulosamente as colava em seus álbuns. Em uma página desses álbuns de recortes de imprensa da Maison Patou, há um único artigo cobrindo o desfile do outono-inverno de 1925 cercado por recortes de jornais, que demonstram que esta foi divulgada em quarenta e nove jornais diferentes nos EUA, não diferente

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

da forma que o desfile de Patou havia replicado e multiplicado as imagens dos manequins. O orçamento para publicidade de Patou era grande, seus salários altos, e seus preços relativamente baixos. Ele fazia reuniões diárias com sua equipe e dividia os lucros entre os executivos, e estendia este sistema de bônus também às manequins, as quais, como atrizes, eram somente empregadas em contratos sazonais de curto prazo.

Nas palavras de um escritor contemporâneo, comumente empregado os vocabulários de ambos Fordistas e Tayloristas, a principal inovação de Patou no sistema de atelier foi introduzir alguns elementos de “trabalhos por preço e plano de montagem de produção”, enquanto reorganizou sua casa de costura ao lado das outras linhas de “administração científica da planta de criação de vestimentas”. E foi acima de tudo, em seu entendimento do papel da manequim, que Patou revelou uma análise típica Taylorista de sua força de trabalho como seu melhor tino para negócios. De acordo com o mesmo autor, Patou substituiu “o valor de comércio da manequim como uma peça de equipamento necessário” pela sua própria ideia “dela como importante fator nas vendas da organização”. Uma das manequins francesas, Lola Tessier, foi sua funcionária desde o início de dezembro de 1924, e pode ter desfilado junto das americanas no desfile de outono-inverno de 1925. Seu físico não era notavelmente diferente do das americanas. A descrição abaixo sugere que ela pode mesmo tê-las superado em vendas:

Ele (Patou) diz que sua manequim Lola é a melhor do mundo. Ela é uma menina impressionante de se olhar, enquanto em beleza ela é ofuscada pelos cabelos dourados de Gladys, uma manequim escocesa da equipe de Patou. Mas Lola vende vestidos duas vezes mais que Gladys, e Patou diz que ela pode vender seis ou sete modelos para uma única pessoa. A razão é sua grande elegância, qualidade aparentemente espiritual, cujo valor real em francos e cêntimos a eficiência dos departamentos de desfiles de Patou mostra em grandes gráficos de lucros.

Ainda que a elegância de Lola pudesse ser medida verdadeiramente. A manequim, alta e esbelta na realidade, poderia também representar uma alta e esbelta coluna em um gráfico de barras - a mais alta a melhor -, como

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

o “departamento de eficiência” de Patou fez essa tradução de centímetros para cêntimos. O ato de desfilarm foi diretamente convertido em valores econômicos, exatamente como o obsessivo sistema de medição de tempo e movimento de Taylor, que resultou em seu “sistema científico” para aumentar a produtividade dos trabalhadores por meio da regulamentação e racionalização de cada um de seus movimentos. Dessa forma, o corpo da manequim foi diretamente aproximado ao lucro, e seus poderes performáticos entendidos em termos de vendas. Nos Estados Unidos, John Powers, que abriu a primeira agência de modelos em 1923, referia-se às suas modelos como “*commodities*, as quais possuem certos requisitos”, e a si mesmo como um “corretor da beleza”. Por volta de 1930 ele já tinha mais de 400 manequins em sua equipe.

Mas se as manequins se tornaram *commodities* pelos protocolos do desfile, elas também se mercantilizavam - elas eram, como Walter Benjamin descreveu a prostituta no século XIX, “ambas as vendedoras e os produtos”. Na França, as primeiras manequins escandalizaram suas audiências não porque elas apresentavam seus corpos em público, num estado quase de nudez, mas porque elas vestiam roupas de moda por dinheiro, para seus próprios objetivos. Em 1925, Collete descreveu a manequim como um corpo capturado entre a alta e baixa cultura, entre a arte e a indústria. Ela era a “*collaboratrice inquiétante*” (a colaboradora inquietante), “*comme une proie chargée de butin*” (como uma presa encarregada da pilhagem), “*le vivant appât*” (uma isca viva), “*la passive réalisation d’une idée*” (a realização passiva de um ideal), e “*son travail consiste à simuler l’oisiveté*” (seu trabalho consiste na simulação da ociosidade). E ainda ela era também o exemplo primordial de jovem trabalhadora, um tipo moderno, e uma Nova Mulher - um emblema vigoroso da modernidade. Uma fotografia mostra Dinarzade a bordo do navio retornando a Nova York, no início de 1926, depois de seu ano desfilando em Paris. Ela veste o seu próprio acervo de roupas de Patou e, enquanto ainda pode ser “uma presa encarregada da pilhagem”, é também relativamente rica, autônoma, mulher trabalhadora bem sucedida em dois continentes e aparentemente responsável pelo seu próprio destino. A imprensa americana foi mais simpática à ideia das manequins como jovens trabalhadoras, e isso agradou, principalmente quando uma se casou com um milionário. O casamento de Josephine Armstrong, em junho de 1926,

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

com Erskine Gwynne, um primo da família Vanderbilt, recebeu cobertura de mais de trinta jornais americanos com as manchetes: "Como uma jovem trabalhadora ganhou o 'playboy Vanderbilt'".

Ainda a manequim continuava a entrar em conflito com algumas contemporaneidades. Por volta dos anos de 1920 sua aparência homogênea foi garantida por seus vestidos modernistas, cabelos curtos, maquiagem e estilo "mocinha", sendo ela uma modelo profissional como Dinarzade, ou uma mulher da sociedade como aquelas que desfilaram em 1927 no baile de caridade *Femina*. A mesma uniformidade da moda dos anos de 1920 estava perturbando alguns críticos e a aparência da Nova Mulher cada vez mais incomodou os moralistas, precisamente porque, mascaradas com uma maquiagem pesada, com o cabelo ondulado e maneiras melindrosas, a mulher de um respeitável industrialista não mais poderia ser distinguida de uma jovem trabalhadora. Como as joias falsificadas que Chanel popularizou nos anos de 1920, os desfiles de moda juntaram as manequins com as pérolas falsas: muito lustrosas, muito uniformes, e muito perfeitas para serem plausíveis, elas encarnavam a traiçoeira e misteriosa instabilidade das aparências.

O efeito foi aprimorado pelo silêncio quase total enquanto desfilavam. Enquanto era parte do trabalho de uma vendedora falar, incluindo ser fluente em inglês, a manequim permanecia sempre muda no salão (de forma oposta a seus "papos" nas salas de bastidores). De tempos em tempos ela falava com o cliente, mas somente quando era requisitada, e então simplesmente dava o nome do modelo e seu preço. Os manequins de Lucile, que desfilaram em Paris e em Nova York, vinham da classe trabalhadora do subúrbio londrino e a elas nunca era permitido falar, mal podiam sorrir. Quando a jornalista Alison Settle entrevistou Paul Poiret para o jornal londrino *Daily Mirror*, em 1920, eles almoçaram na presença de quatro de suas manequins vestidas uniformemente com um vestido verde e dourado e boinas. A escritora relembra que, quando elas tentavam falar com eles, "Poiret colocava a mão em meu braço, em advertência. 'Não, mademoiselle', ele disse, 'não fale com as garotas, elas não estão aqui'". Definitivamente elas estavam, mas ele estava indicando que pelo menos não socialmente.

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

Ainda por volta de 1925, as manequins tinham uma presença social e simbólica: elas eram ícones eloquentes da modernidade, mesmo em seu silêncio. Desde o começo do século, jornalistas haviam identificado as manequins como o novo tipo de carreira feminina, distintas daquelas que eram mulheres sustentadas ou atrizes. Enquanto algumas destas descrições eram aduladoras, outras eram tingidas com ambivalência: na imagem da manequim que vestia roupas da moda mais por dinheiro que por prazer, algo que deveria ter sido oculto - a natureza comercial da transação - foi revelado. A imagem da manequim aponta para a comercialização da mulher amável, e o seu próprio olhar a transforma em objeto. No final do século XIX as tecnologias de reprodução levaram ao ápice da imprensa popular, na qual mulheres eram cada vez mais representadas como um espetáculo, e este regime escópico produziu a taxonomia dos tipos femininos que incluía a atriz, a dançarina, a manequim e a *femme du monde*. A própria aparência tornou-se um dispositivo de distanciamento, e a estética industrial providenciou o pacote ideal para o alienado corpo-objeto da Nova Mulher, tanto uma defesa como indício social de um novo “tipo” profissional: frio, indisponível, destacado no trabalho.

Temores sobre os crescentes efeitos de desumanização da máquina podem ser traçados a partir da descrição de Karl Marx, a respeito da alienação do trabalhador, em seus estudos sobre as condições modernas da produção industrial. Aparece grande receio quanto à mecanização da mulher em textos como de Villier de l’Isle Adam, *L’Eve Future*, publicado em 1886. No desfile de moda convergem dois tipos de alienação: a alienação do trabalhador na linha de produção e a forma alienada e alienante da Nova Mulher.

Se, como Jennifer Craik discute, a moda é “o corpo tecnológico do consumidor ocidental”, este é um corpo carregado de contradições. Desde o início do século XX, as manequins foram variavelmente representadas como objeto e sujeito: por um lado, elas podem ser forçadas a ficar de pé por horas como uma estátua viva enquanto o costureiro faz suas criações em seu corpo inanimado. Ainda, pelo outro lado, seu estilo, confiança e exuberância mais que correspondem com a distinção da mulher da sociedade, com a qual elas são frequentemente comparadas. O desfile de moda estava associado com consumo de luxo individualizado, e era também uma simbólica representação da produção industrial moderna.

As Manequins Americanas de Jean Patou:
Os Primeiros Desfiles de Moda e o Modernismo
Caroline Evans

Este conceito tornou-se visível na ilustração da *Harper's Bazar*, que trazia os novos modelos de outono de Paris para os nova-iorquinos, em 1927, na qual o grupo de manequins se dão as mãos, como as manequins americanas de Patou de braços dados em sua chegada à França. Elas estão dispostas não em uma linha reta, mas ao redor de um ponto fixo que sugere uma engrenagem gigante ou uma roda industrial, que é na verdade um relógio analógico, com os modelos das maiores casas francesas apontando para a hora do dia. A imagem recai sobre a convenção de que havia diferentes vestidos adequados para o dia, a tarde e a noite, enquanto também sugere a inexorável passagem do tempo numa indústria baseada na rápida mudança de estilo. A ilustração combina tempo e movimento em um pictograma, uma conjunção do coração do Taylorismo, e simultaneamente invoca a estética harmoniosa Fordista da moda de 1920, reinventando a "roda da moda" do século XIX. A ilustração foi feita por Grandville em 1840, para sugerir que a produção e o consumo não eram distintos, mas parte de um único e indivisível processo.

No período entre as guerras, a padronização era vista em ambos os lados do Atlântico como uma quintessência da modernidade, e a América, determinante não apenas na produção industrial mas também na vida social e na subjetividade. Sendo assim, o desfile de manequins toca em uma série de contradições de ideias e ideais sobre identidade nacional, mulheres e modernidade. Medos a respeito da crescente mecanização e da mudança do papel da mulher eram projetados na imagem misteriosa da manequim, que era vista como uma nova carreira feminina, fria e distante, diferentemente da aconchegante atriz ou vampiresca *femme fatale*, cuja modernidade era medida por sua aparência brilhante e uniforme nos desfiles. As complexidades visuais e comerciais das apresentações de manequins têm sido implícitas desde o início dos anos de 1900, senão antes. O desfile da coleção outono-inverno de 1925 de Patou simplesmente tornou visível a conexão via uma estética industrial que, por volta de 1920, havia se tornado moda. Nas primeiras três décadas do século XX, no qual a profissão de modelo - ou manequim - se tornou estabilizada, a modelo foi uma cifra de muitas tensões comerciais, culturais e nacionais da modernidade do início do século: entre criatividade e negócio, entre França e América e entre consumo de elite e produção de massa.

Referências (Fontes Primárias: revistas e jornais)

American Vogue, nº 163

American Vogue, nº 166

American Vogue, nº 167.

Daily Mirror, 1920.

Femina, 1901.

Fortune, década de 1920

New York Times, 2 de novembro de 1924.

New York Times, 12 e 13 de novembro de 1924.

New York Times, 19 de novembro de 1924.

New York Times, 23 de novembro de 1924.

New York Times, 14 de dezembro de 1924

New York Times, 6 de fevereiro de 1925.

New York Times, 15 de fevereiro de 1925.

Vogue Paris, 1925.

Washington Post, 29 de abril de 1923.

Washington Post, 15 de fevereiro de 1925.

Washington Post, 12 de abril de 1925.

Recebido em 08/03/2016

Aprovado em 26/09/2016

Da cópia infiel à originalidade na estampa têxtil brasileira

Luz Neira García¹

Resumo

Este artigo sintetiza a discussão sobre a originalidade estética no desenvolvimento da estampa têxtil brasileira² a partir dos anos 1950. A brasilidade é identificada como valor positivo associada ao progresso industrial, mas a inexistência de uma estrutura que possibilite a implantação de uma cultura de projeto, é apontada como uma das razões para a sedimentação da cultura da cópia.

Palavras-Chave: Estamparia têxtil. Design têxtil. Indústria têxtil. Brasilidade. Cópia e originalidade.

From the unfaithful copy to the originality in the Brazilian textile stamping

Abstract

This article is an extract of the discussion about the aesthetic originality during the development and installation of printing textiles industries in Brazil in the 1950s. The brasilianess is identified as a positive value which is associated with the industrial progress. In the same context, the inexistence of any condition to develop the culture of design is considered the main reason to reinforce the culture of the copy.

Keywords: Printed textile. Textile design. Textile industry. Brasilianess. Copy and authenticity.

1

Doutora em Arquitetura e Urbanismo pela FAU-USP, atua no ensino e na pesquisa do design têxtil e da cultura material têxtil brasileira. E-mail: design.luz@terra.com.br

2

O tema foi desenvolvido na tese Estampas na tecelagem brasileira: da origem à originalidade, que foi premiada com o Primeiro Lugar na categoria trabalhos escritos não publicados no 27º Prêmio Design do Museu Casa Brasileira e Governo do Estado de São Paulo (2013).

O discurso acerca da existência de tecidos estampados que, se analisados esteticamente, correspondam à ideia de genuinamente brasileiros, ganhou força a partir da década de 1950. Essa atribuição de nacionalidade, pautada prioritariamente na figuração dos elementos estampados sobre os têxteis constituídos por sentido e significado, aposta que há relação de forma e conteúdo com a experiência da brasilidade, perpetuando um conceito que foi defendido, em diferentes perspectivas por artistas e intelectuais, desde o final do século XIX. Com base nessa perspectiva, quis-se dizer que os elementos selecionados para as estampas teriam poder iconográfico ou sentido imanente (MENESES, 2003), sendo capazes de portar significados previamente dados.

A intenção de enfatizar a nacionalidade nos tecidos durante as décadas que se seguiram à Segunda Guerra retomou ideias anteriores a esse período. Provavelmente, foi em decorrência da necessidade de atribuir ao Brasil uma imagem de país moderno e desenvolvido para competir com nações que possuíam grande tradição na produção de tecidos de alta qualidade que se instalou tal discurso.

A cultura “própria” brasileira, que já vinha sendo explorada de forma mais intensa, desde o governo de Getúlio Vargas (1930-1945), adquiriu importância política (REIS, 1988) e, simultaneamente, a população foi sendo convencida de que do desenvolvimento industrial dependia o progresso da nação (VELLOSO, 1993). É por essa razão, foi fácil compreender porque ao aliar as estampas à nacionalidade constituiu-se de fato um importante projeto político.

Há de se considerar que no panorama pós-guerra o segmento industrial têxtil brasileiro poderia ser economicamente prejudicado, se medidas efetivas não fossem tomadas. Esse setor teve sua produção expandida entre os anos de 1939 e 1945, a fim de atender à demanda interna que crescera em virtude da diminuição das importações afetadas pela Guerra e, também, começou a exportar para alguns países pela mesma razão.

Quando os países de maior tradição industrial reestabeleceram-se após a Guerra (ou investiram sistematicamente nesse processo, como é o caso da Inglaterra), o setor têxtil brasileiro passou a ter a sensação de

superprodução, o que originou na tomada de diferentes medidas no âmbito da política econômica, com o objetivo de proteger o mercado interno. Entre as medidas estava a busca pela legitimação do produto nacional, que, desde sempre, se direcionava a classes mais populares em oposição aos tecidos importados, consumidos pela população mais abastada.

Desse modo, a suposta nacionalidade dos tecidos estampados brasileiros, por sua vez, atribuída aos tecidos produzidos durante as décadas de 1950, 1960 e 1970, pôde ser interpretada como uma das ações de proteção do segmento a fim de evitar, ao máximo, que o consumidor desejasse adquirir tecidos franceses ou ingleses, os mais bem cotados no mercado brasileiro.

Ao lado da imposição de novas tarifas de importação e do controle da ampliação da capacidade produtiva interna, agentes interessados nessa atividade econômica, como o governo, os industriais e até mesmo a mídia (por ser um de seus grandes anunciantes), passaram a associar as qualidades estéticas do tecido de algodão nacional à brasilidade e, também, passaram a responsabilizar a população pelo progresso do País, por meio de sua participação no processo de desenvolvimento e aquisição de autonomia, ou seja, por seu trabalho na indústria e pelo consumo de produtos nacionais.

Tal associação evocava e nutria o espírito patriótico brasileiro, confirmando o progresso e a modernidade do País que, por meio de sua capacidade interna de produção, era capaz de comprovar tanto a autonomia tecnológica (capacidade produtiva de tecidos equivalentes aos importados) do País, quanto simbólica (capacidade de criação autônoma), constituindo o binômio originalidade-autenticidade, principal argumento da identidade nacional.

Diferentes aspectos da nacionalidade foram muito explorados nos jornais, nas revistas e na televisão, produzindo imagens de brasilidade equivalentes àquelas que os tecidos eram capazes de estampar. Os meios de comunicação de massa, que atingiam indistintamente todas as camadas da população, permitiam ao governo explorar com intensidade imagens distribuídas nas diferentes mídias, a ponto de que, já no final da década de 1970,

Da cópia infiel à originalidade na estamparia têxtil brasileira
Luz García Neira

[...] de Norte a Sul do país, predominava a face mais festejada da 'Cultura Brasileira', a oficial, alimentada pelo regime militar e seus apaniguados civis, ornamentada com as ideias de Gilberto Freyre, satisfeito da vida em sua varanda de Apipucos. Saboreando a adoção pelo regime ditatorial de seu pitoresco discursos lusotropicalista, suas teses harmoniosas sobre a 'democracia racial' sustentavam o sistema pedagógico-cultural e político que servia bem ao projeto do 'Brasil potência emergente' [...] (MOTA, 2008, p. 8).

A questão-chave, nesse contexto, é que embora o discurso tropical facilmente aderisse às estampas nas publicidades, tornando a brasilidade evidente, ao analisar a etapa de produção de tecidos, isto é, na etapa anterior ao consumo, verifica-se o descompasso entre o discurso sobre a criação e as condições efetivas para que ela ocorresse a ponto de ser considerada autônoma. Ao contrário do que acontecia com os países com os quais o Brasil se comparava, não havia muita aproximação entre o campo das artes e da indústria, impedindo, assim, em teoria a conceituação desses produtos e, ainda, somente ao final dos anos 1970 e início dos anos 1980, que o Brasil realmente modernizasse seu parque tecnológico no setor de estamparia, tornando-se equivalente em relação a outros produtores mundiais, com os quais se dizia equiparar.

Esse ponto é relevante, uma vez que a inovação de produtos industriais e especificamente do *design* relacionava-se diretamente às condições existentes nas quais se destacam, em proporções variáveis, o domínio da técnica e da tecnologia ou o acesso a elas, o ensino formal em *design* e as demandas de consumo (NEIRA, 2013).

Desse modo, se, entre nós, somente a partir da década de 1960, nota-se a disseminação do *design*, por meio da profissionalização do setor e da inserção dos profissionais da área em diferentes segmentos industriais, é que se passou a reunir condições suficientes para subsidiar a criação e a inovação em estampas. É a partir de então que, dentro do segmento dos tecidos estampados industrialmente³, é possível pensar na ideia da criação como comprovação ou sinônimo do progresso industrial. Antes disso, mostrava-se bastante improvável.

3

É necessário ressaltar a diferença pois, durante o mesmo período, quando artistas e artífices dedicaram-se também a estampar tecidos, mas essas suas estampas não chegaram a ser produzidas em larga escala pela indústria

A grande importância do setor industrial têxtil no Brasil, sobretudo durante o período aqui tratado, deve-se ao seu papel econômico, pois era grande empregador de mão-de-obra pouco qualificada e grande gerador de divisas. Seu produto, contudo, estava estigmatizado pelo fantasma da baixa qualidade, da cópia e da reprodução dos padrões e modas europeias, pois desde a Proclamação da República, a maioria dos investimentos voltara-se para a ampliação da produção, com pouca atenção dada ao aprimoramento dos produtos. Deve-se ressaltar que para os industriais do período, desenvolvimento industrial significava ampliação da capacidade produtiva, sobretudo em segmentos como o têxtil, considerado de baixa tecnologia.

Em termos práticos, foi com a necessidade de ampliar a aceitação do produto nacional a todas as classes de consumidores em virtude da suposta superprodução, que a transição da produção com baixo valor agregado⁴ a uma produção diversificada teve início. Ao longo daquelas décadas, começou-se a entender o consumidor segundo seu perfil e a atender às demandas específicas de cada segmento, especialmente nos produtos mais caros e nos quais o custo do investimento em *design*, pesquisa ou simplesmente elaboração poderia ser incorporado. Apesar disso, ainda que a indústria nacional se encontrasse fortalecida e a consciência sobre o *design* de produto, numa perspectiva mais contemporânea, já notada, os tecidos mais nobres ainda eram desenvolvidos tendo como modelo a produção europeia. Entendia-se que a indústria nacional deveria se filiar às mais desenvolvidas e, ainda, que a cópia fazia parte do processo de aprendizagem e desenvolvimento do País.

As bases do sistema de aprendizagem no setor, historicamente mediadas pela repetição e que mantinham viva a prática da utilização do modelo importado, apesar de já serem contestadas pelos intelectuais e artistas há algumas décadas, invadiram o terreno da moda e do desenho industrial, de modo efetivo, somente na década de 1950. Essa novidade não partiu da indústria, mas, justamente, dos intelectuais e artistas, sendo o caso mais notável e precursor, liderado por Pietro Maria Bardi (1900-1999).

Em 1952, Bardi organizou a exposição *Moda Brasileira* no então Museu de Arte (atual Museu de Arte de São Paulo – MASP), com a intenção de “apresentar modelos e tecidos criados por artistas nacionais com o

4

Entende-se que um produto tem baixo valor agregado quando é pouco provido de qualidades simbólicas, advindas de investimentos em desenvolvimento de marca, de uso, etc. Normalmente, esses produtos atendem somente às demandas de sua funcionalidade.

propósito de incrementar o estudo e o desenvolvimento da moda” (1952) no Brasil. Sua iniciativa inaugurou de modo mais efetivo, o debate sobre o *design* e a produção industrial no Brasil que, em se tratando dos têxteis, acompanhou a busca de referências em nossa cultura a fim de subsidiar a construção de uma linguagem visual brasileira aplicável aos tecidos.

Identificando elementos diversos em nossas raízes, sobretudo nas ideias de origem e criação do País, alguns discursos apostaram na conexão entre a figuração de elementos típicos brasileiros e a adequação das estampas, especialmente voltadas à mulher brasileira moderna, que não desejava mais ficar à disposição da moda importada.

Apesar de seus esforços e do sucesso imediato do evento, a inclusão dos futuros desenhistas industriais e artistas nas indústrias têxteis ainda não era tarefa fácil nos anos 1950, pois, segundo relatos, a indústria têxtil nacional não estava devidamente confiante na potencialidade criativa local, tendo dúvidas sobre a aceitação de estampas criadas localmente. A mídia, contudo, afirmava o contrário, e muitas reportagens em jornais e revistas, bem como coleções divulgadas pelas indústrias alegavam estarem inspiradas em temas brasileiros. Esses argumentos e imagens serviam como prova contundente da existência de uma indústria brasileira moderna que promovia não só a criação autônoma, mas, também, sua legitimidade, muitas vezes confirmada pelos estrangeiros convocados para admirar a produção têxtil nacional.

Essas ações de *marketing* podem ter-se inspirado pelas campanhas da Companhia Brasileira Rhodiaceta (Rhodia) que, na década de 1960, com o objetivo de introduzir no mercado interno tecidos produzidos com fios sintéticos, apoiou o desenvolvimento de estampas por artistas brasileiros⁵ e, de seus respectivos modelos, por estilistas nacionais como estratégia de divulgação dos fios sintéticos ainda não incorporados à cultura nacional (BONADIO, 2005). A magnitude e a importância dos eventos da Rhodia, certamente, foram um marco no setor e reverberou positivamente incentivando o princípio de unir a produção artística ao produto industrial, num constante apelo à identidade nacional na moda.

Durante as três décadas estudadas, aproximações entre a nacionalidade e o produto industrial têxtil se davam na mídia, afirmando o

5
Esses tecidos não foram comercializados, apenas serviam aos desfiles e às apresentações da Rhodia.

progresso e o *status* internacional da indústria brasileira. A constatação de que “a alta qualidade dos tecidos nacionais trouxe nova dimensão à moda brasileira, definindo suas características e firmando sua personalidade” (*Revista Manchete*, 16. jun. 1962, s/p) era reproduzido por diferentes indústrias do setor têxtil nacional, especialmente de produção de tecidos de algodão. Sua presença era constante em publicidades ou matérias em jornais e revistas, difundindo a aprovação estrangeira, a ideia de alegria e tropicalidade, a volta às origens nacionais, seu papel aglutinador dos diferentes estratos e culturas locais, dentre outros argumentos que, aos poucos, tornaram-se lugar comum quando se pensava na estampa brasileira de tecidos.

Em termos conceituais, os estampados brasileiros constituíam-se, assim, por sua diferença em relação ao estrangeiro, quando se defendia, por seu intermédio, até mesmo a existência de um estilo próprio. Mas ao analisar os tecidos que estampavam as roupas nas revistas de moda do período, verifica-se ainda que “brasileiros” ou “nacionais”, como eram na maioria das vezes chamados os tecidos, mantinham estampas que possuíam composição e temática visual variada, onde nem sempre estavam presentes a iconografia aclamada, como a flora, a fauna, os geométricos alegres e coloridos, etc., símbolos por excelência vinculados à ideia de brasilidade, a ponto de impossibilitar a configuração de um estilo, dada a inexistência de homogeneidade temática ou mesmo expressiva.

Além da presença de elementos diversos, mais instigante, era notar que, comparativamente, as estampas nomeadas como brasileiras misturavam-se à visualidade dominante no período no mercado global, em se tratando de tecidos de algodão.

A carência de formação em *design* para atender ao setor têxtil no Brasil, a desconfiança dos industriais quanto à mercantilização das estampas criadas localmente, mas, principalmente, a verificação de que a prática da cópia estava arraigada no setor -- a partir de viagens de negócios onde se adquiriam tecidos e “referências”, assinaturas de revistas internacionais e comércio autorizado de amostras – esclarecem-nos sobre as razões pelas quais os tecidos estampados no Brasil ao longo daquele período mesclam-se com todo o universo de tecidos de algodão produzidos por concorrentes

estrangeiros. Acreditando na alegação de “que o *designer* brasileiro não tem condições de se manter atualizado com as tendências da moda” (MORALES; BASTO; AQUINO, 1971, p. 31), importantes indústrias do setor iniciavam os anos 1970 mantendo o procedimento da adaptação como etapa natural do projeto em *design*, como descrito a respeito das fábricas de tecidos de algodão fluminenses:

Na mecânica de elaboração de *patterns*, o esquema mais comum é cada indústria ter um atelier de desenhistas, sem nenhuma formação específica, que se limitam a modificar estampados já produzidos no exterior. Estes estampados chegam aqui através de publicações especializadas ou através de viagens que elementos graduados da própria indústria fazem aos Estados Unidos e Europa, onde compram retalhos de tecidos que lhe agradam.

Os modelos sobre os quais são feitas as modificações tanto podem ser recentes como terem sido criados anos atrás. Muitas vezes um mesmo *pattern* é reeditado com pequenas modificações.

Em nenhum momento deste processo o consumidor é consultado. Às vezes a escolha é acertada. Outras, redundam em fracasso e, conseqüentemente, em dificuldades na colocação no mercado.

A seleção é feita sobre critérios cristalizados no tempo e no espaço. Este procedimento pode ser considerado válido para a maioria das indústrias que produzem tecidos intermediários. (MORALES; BASTO; AQUINO, 1971, p. 25)

Se o conjunto de estampas geradas nesse processo não podia ser, em termos práticos, considerado *originalmente* brasileiro nem tampouco configurava um *estilo* brasileiro como tal, isso não queria dizer, em absoluto, que não era um produto identitário. Não era, obviamente, um conjunto detentor de um único significado em si mesmo (isto é, uma iconografia, como anteriormente citado), mas provavelmente era, como qualquer outro repertório imagético, associável sim à brasilidade pelo discurso que, facilmente, lhe aderiria. Isso porque, no panorama internacional (Europa e

Estados Unidos) de produção de tecidos estampados (especialmente de algodão) que nos serviam como referência, as estampas predominantes eram os florais, igualmente associadas aos ambientes tropicais.

O *designer* Zika Ascher, citado como uma importante referência pelas revistas técnicas, por exemplo, a respeito de *Tropique*, afirmava que uma estampa floral “[...] é predominantemente um desenho para coleções internacionais” (MENDES; HINCHCLIFFE, 1987, p. 195). Seu sucesso, segundo o artista, foi explicado porque “sedas e chifons muito estampados eram populares no verão de 1959, e este padrão vigoroso certamente estava na moda por ser radiosamente colorido e com uma flora muito tropical”. (p.195)

O mercado overseas pretendido pelos fabricantes ingleses, sobretudo a América Latina, era abastecido por desenhos exclusivos produzidos por essas empresas que procuravam atender a esse gosto: “Esses desenhos eram caracterizados por suas cores brilhantes, flores com traços livres, muitas vezes arranjadas em faixas horizontais coloridas que tinham sido amplamente imitadas pelos rivais da Horrockses” (BOYDELL, 2010, p. 81), ou com pequenos motivos, raios solares e flores derivadas de hipotrocóide, que “vendiam [para a exportação] porque eram frescas, variadas e perfeitamente projetadas para seu propósito” (BOYDELL, 2010, p. 82).

Se o amplo universo denominado tropical era referência para a indústria mundial produtora de tecidos de algodão, que chegavam a entender esse tipo de temática como ideal para o mercado de exportação no qual o Brasil estava incluído, para concorrerem com esses fabricantes, as indústrias brasileiras seguiram os mesmos passos.

Já se sabe que a apropriação já fazia parte da metodologia projetual, entretanto, submetida a condições tecnológicas locais mais limitadas, que não possibilitavam reproduzir os “tecidos nacionais”, tal quais os originais, surgindo aí a *cópia infiel*, produto adaptado ao mercado local, caracterizado pela simplificação expressiva e cromática. Essa cópia, além de ser criticada pelos fabricantes estrangeiros, costumava sofrer alterações estéticas que possibilitavam o seu barateamento.

Basicamente, podem ser apontados dois princípios que regeram os processos de adaptação no contexto brasileiro. O primeiro, da redução cromática, na qual localmente houve a necessidade de diminuir o número de cores por estampa, pois os equipamentos importados eram mais simples, ocasionando, na maioria das vezes, a transformação de desenhos volumétricos em desenhos bidimensionais ou chapados ou, simplesmente, a simplificação do padrão. E o segundo, o que diz respeito ao engrossamento do traço e à ampliação dos elementos, provavelmente em virtude da qualidade inferior da base de impressão (da trama do tecido), a qual, sendo mais aberta (menor quantidade de fios por centímetro), necessitava de desenhos mais pesados e maiores, além de traços grossos, para a definição das imagens.

Em termos de temática, os florais aparecem como sendo tecidos preferidos pelas camadas mais populares – e, portanto, produzidos em maior quantidade –, pois as imagens abstratas eram mais aceitas apenas pelo consumidor mais proficiente, próximo de linguagens artísticas consideradas modernas.

As estampas produzidas localmente, às quais se lhes atribuiu o adjetivo de brasilidade, não necessitavam ter sua qualidade ou composição visual debatidas, a fim de se defender ou recusar a existência de um estilo brasileiro que confirmasse sua originalidade temática ou expressiva, e com o risco de criar um problema inexistente. Independentemente de sua gênese, tais ideias podiam ser aceitas, uma vez que essas imagens-estampas cumpriam o seu papel de portadoras de tais significados.

O que merecia ser tratado e esclarecido era a relação dessas afirmações com o propósito político que as engendram. Não só isso, como, também, a possibilidade de se pensar o trânsito de um campo a outro, ou seja, a transferência de sentidos no âmbito da esfera cultural à política no Brasil das décadas de 1950, 1960 e 1970.

Desde o governo de Getúlio Vargas (1930-1945), acreditava-se que do desenvolvimento industrial dependia o progresso da nação (VELLOSO, 1993), mas foi somente a partir de 1955 que o governo e a esfera cultural estabeleceram relações mais fortes, baseando-se na crença de que havia correspondência entre o plano econômico (infraestrutura) e o cultural (superestrutura), de modo que a emancipação econômica e a cultural se dariam pela industrialização (GARCIA, 2004).

A indústria assumiu um papel protagonista, pois o espírito nacionalista apoiava a industrialização para o desenvolvimento e desejava a substituição das importações. Dessa forma, adjetivos tidos como positivos, como o progresso, a modernidade e o desenvolvimento, além de nacional, popular, genuíno, autêntico, etc., para se tornarem visíveis, requisitaram a afirmação da existência de um repertório visual temático e expressivo, capaz de atender a essa demanda significativa, que se utilizava de sistemas já convencionais de signos, propagados a todas as classes sociais, atingidas pelos meios de comunicação de massa (SANTOS, 2004).

O conceito para a criação da estampa nacional partia de uma oposição ou diferença com o estrangeiro. Para atingir tal diferença que devia ser figurativa, a criação supostamente tomou como referências simultâneas nosso passado (em nossa geografia humana e física) e nosso futuro, por sua vez, voltados para o progresso industrial, para as expressões artísticas modernas (onde a arquitetura modernista tinha um papel de destaque) e para as características do povo brasileiro, que recebia imigrantes europeus. Para legitimar essa diferenciação, a mídia destacou os estrangeiros como legitimadores da qualidade da criação local, de modo que, não raro, artistas ou criadores europeus ou norte-americanos afirmavam, segundo as reportagens ou propagandas, que desejavam o produto nacional brasileiro, que tinha soluções estéticas particulares, diferentes das suas.

Ainda que esses discursos possam se mostrar desalinhados com as condições existentes, pois permaneciam vivas e atuantes as práticas internas à indústria que nos distanciavam dos países mais desenvolvidos no setor – como é o caso da ausência da inovação ou da pouca integração entre o ensino artístico e a indústria têxtil –, dando origem à *cópia infiel*, o discurso sobre a criação local escondia essa prática.

Ressalve-se que, em si mesma, a cópia não é o problema (SCHWARZ, 1997, p. 36), mas no discurso que a omite, revelava-se aí o desejo de evitar constrangimentos que vinham impedir a produção de originais. É desse modo que, enquanto a evidência da cópia confirmaria a defasagem tecnológica e cultural que tínhamos em relação às nações com as quais nos comparávamos, a originalidade confirmada poderia comprovar não só a equivalência – e, portanto, o progresso –, mas, quem sabe, também

a superioridade brasileira nesse campo, uma vez que nossos tecidos “impressionavam” os estrangeiros.

Colocada a questão em outras bases, e não problematizando a cópia, é possível considerar a conotação política quanto à identidade e à originalidade dos produtos, bem como a razão existente nessa união naquelas décadas. A primeira hipótese seria a de que a recuperação da criação genuína ou ao menos sua inspiração, como postulavam alguns agentes, aproximava as classes populares das elites (identidade) e, ao mesmo tempo, comprovava o progresso tecnológico (originalidade).

Naqueles anos, a originalidade passava necessariamente pela questão da identidade nacional, que tinha sido a versão dada nas artes, no modernismo, e em relação ao problema da autenticidade cultural (VELLOSO, 1993). Ela ainda comungava “os pressupostos ideológicos que jazem na base de formulações sobre o que seja uma cultura (‘brasileira’, ‘nacional’, ‘popular’, de massa, etc.)” (MOTA, 2008, p. 60), de certa forma, desenvolvidos pelo pensamento social brasileiro e que, no caso dos têxteis, foi isento à transição de uma era populista e desenvolvimentista ao Estado autoritário que fez da cultura e da política componentes do mesmo processo, a ponto de promover outra visão sobre a realidade latente (MOTA, 2008).

Dada sua gênese de origem, essa visão de identidade e originalidade, permitia a inclusão de todos aqueles fatores cujos valores haviam sido desprestigiados pela elite ao longo de toda nossa história, fazendo com que a cultura popular fosse aceita como cultura nacional.

Na impossibilidade de o cidadão comum verificar o avanço em termos técnicos, a abordagem estética do debate construiu a ponte necessária entre a indústria têxtil nacional e o progresso. Não só porque as imagens representavam ideias originais, mas também porque o direito de produzi-las, afastadas do modelo internacional, comprovava que não éramos mais dominados pelas referências estrangeiras, o que nos permitia pensar na criação autônoma e na originalidade, bem como na condição que já tínhamos em termos técnicos, modernos meios de produção, o que nos livrava da necessidade da importação.

Como último apontamento, cabe destacar que se nesse processo havia provas verificáveis que atuavam como signos de conquistas, como a

produção em massa dirigida ao consumo popular, a elaboração de produtos mais sofisticados, novos hábitos de consumo, crescimento e maior acesso a publicações especializadas e, inclusive, surgimento da consciência de moda entre nós (BONADIO, 2005), não se podia esquecer o que a moda se revelava como fenômeno social. Se, até então, se havia consolidado como um campo reservado às elites, ao se tornar mais abrangente e acessível a todas as outras camadas sociais ou especificamente ao consumo popular, as transformações das décadas de 1950, 1960 e 1970 comprovavam que, de certa forma, as diferenças historicamente implantadas tenderiam ao desaparecimento. A moda, como recurso distintivo, ao não dar a seus consumidores as mesmas oportunidades de usufruto de seus produtos e configurar aparências que revelavam a desigualdade histórica, permitindo, inclusive que progresso e atraso convivessem, tornou-se o lugar ideal para demonstrar conquistas políticas que se apoiavam na diluição das diferenças sociais e do sentimento de inferioridade cultural.

Referências

BARDI, P. M. [Carta] 6 maio de 1952, São Paulo [para] Dr. Alberto Alves Lima, São Paulo, 1p. Solicita apoio para a realização de evento sobre moda brasileira. Acervo documental do MASP/SP.

_____. [Carta] s/d out. de 1952b, São Paulo [para] diversos convidados, 1p. Convida para o desfile Moda Brasileira a se realizar em 6 de novembro de 1952 e explica a fundamentação do projeto. Acervo documental do MASP/SP.

_____. *40 anos de MASP*. São Paulo, Crefisul, 1986.

BONADIO, Maria Cláudia. *O fio sintético é um show! Moda, política e publicidade; Rhodia S.A. 1960-1970*. Tese de Doutorado em História IFCH/Unicamp, 2005.

BOYDELL, Christine. *Horrockses Fashions*. London: V&A Publishing, 2010.

CARDOSO, Rafael. *O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960*. São Paulo, Cosac Naify, 2005.

GARCIA, Miliandre. *A questão da cultura popular*. As políticas culturais do centro popular de cultura (CPC) da União Nacional dos Estudantes (UNE). *Revista Brasileira de História* [online], v. 24, n. 47, p. 127-162, 2004.

MENDES, Valerie, HINCHCLIFFE, Frances and YAPP, Patrick . *Ascher. Zika and Lida Ascher; fabric, art, fashion*. Londres: V&A Publishing, 1987.

MORALES, Ana Luiza; BASTO, Angela Lemos; AQUINO, Patrícia de. *A indústria têxtil e o designer: a necessidade de uma relação*. Trabalho de Conclusão de Curso. Rio de Janeiro, ESDI, 1971.

MOTA, Carlos Guilherme. *Ideologia da cultura brasileira (1933-1974)*. Pontos de partida para uma revisão histórica. São Paulo, Editora 34, 2008.

NEIRA, Luz García. Design, educação, cultura: origens do projeto têxtil no Brasil. *Revista Brasileira de História da Ciência*, v. 6, p. 78-88, 2013.

REIS, Elisa Maria. O Estado Nacional como ideologia: o caso brasileiro. *Revista Estudos Históricos*, América do Norte, 1, dec., 1988. Disponível em: <http://virtualbib.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2166>. Acesso em: 14 mar., 2010.

REVISTA MANCHETE. Edições 1960, 1962, 1968, 1970, 1974. Rio de Janeiro: Bloch Editores.

REVISTA TÊXTIL. Edições 1931-1980. São Paulo: Editora da Revista Têxtil.

SANTOS, Lidia. *Kitsch tropical*. Los médios en la literatura y el arte en América Latina. Madrid-Frankfurt, Iberoamericana-Verbuert, 2004.

SCHWARZ, Roberto. *Que horas são? Ensaios*. São Paulo, Companhia das Letras, 1987.

VELLOSO, Mônica. A brasilidade verde-amarela: nacionalismo e regionalismo paulista. *Revista Estudos Históricos*, v. 6, n. 11, 1993. Disponível em: <http://virtualbib.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/1952>. Acesso em: 1 abr., 2010.

Recebido em 05/05/2016

Aprovado em 26/09/2016

Moda e imagens da moda nos anos 1960

Maria do Carmo Teixeira Rainho¹

Resumo

A década de 1960 nos revela rupturas nos padrões de representação de gênero, visíveis, entre outras, nas fotografias de moda, que passam a questionar o modelo hegemônico de sexualidade tradicionalmente associado ao masculino e ao feminino. Este trabalho objetiva-se ao exame da evolução do vestuário dos anos 1960 e das formas de sexualidade e exibição do corpo, por meio da análise dos editoriais de moda do jornal carioca “Correio de Manhã”.

Palavras-chave: Fotografia. Moda. Gênero.

Fashion and fashion images in the 1960s

Abstract

The 1960s reveal us ruptures in the patterns of gender representation, visible, among others, in fashion photographs, which come to question the hegemonic model of sexuality traditionally associated with masculine and feminine. This work aims to examine the evolution of 1960s clothing and the forms of sexuality and body display, through the analysis of the fashion editorials of the Rio de Janeiro newspaper “Correio de Manhã”.

Keywords: Photography. Fashion. Gender.

1

Doutora em História pela Universidade Federal Fluminense – UFF. Pesquisadora do Arquivo Nacional e do Museu Histórico Nacional. É autora, entre outros, de *A cidade e a moda: novas pretensões e novas distinções - Rio de Janeiro no século XIX* (Editora da UnB, 2002) e *Moda e Revolução nos anos 1960* (Contra Capa/FAPERJ, 2014). Email: mctrainho@gmail.com

O objetivo deste trabalho é examinar a revolução do vestuário dos anos 1960, sob a perspectiva da figuração do sujeito da moda, investigando a relação entre roupa, corpo, gênero e pose. Suas fontes principais são as fotografias de moda produzidas pelo jornal carioca *Correio da Manhã* entre 1960-1970.² O propósito é tomar as imagens como algo que possui um programa de ação, ao despertar desejos, estimular o consumo, distinguir faixas etárias, corpos, classes.

Sem procurar nas fotografias respostas prontas para determinadas perguntas e entendendo que elas promovam uma mediação, busca-se analisar de que modo as imagens de moda dão a ver as alterações no campo da indumentária nesse período, em que medida rompem com os cânones estabelecidos na representação de homens e mulheres e, em especial, se tais rupturas se articulam com as mudanças mais amplas da sociedade. Na trilha do que propõem Austin (1990), Goffman (1977, 1979, 2009) e Butler (1993, 2010), pretende-se perceber como são evidenciados as performances³ dos sujeitos e seus atos performativos.

A fotografia de moda possui inúmeras qualidades performativas. Primeiro, porque contempla um vestir que é, em si mesmo, um ato performativo. Segundo, porque encena determinados temas e situações de modo a pôr a roupa em ação. Finalmente, porque mobiliza os espectadores a reiterar modelos de gênero, de corpo, de sexualidade, pela afirmação repetida de gestos e poses que constituem o seu repertório.

Se todos somos atores sociais, cabe à fotografia de moda recriar momentos reconhecíveis das performances que executamos. É dessa capacidade de atrair a atenção do espectador, fazendo com que ele se veja ali que depende não apenas o consumo da roupa, mas, o consumo da imagem mesma.⁴ Mas, a fotografia de moda – e a de imprensa, de maneira geral – não produz sentidos apenas quando reproduz os nossos comportamentos em sociedade, ela é performativa também porque configura um instrumento para que os atores sociais reconheçam e apreendam os comportamentos e ações dos outros sujeitos. De todo modo, a dialética desse processo não encerra aqui, pois é na sociedade que as imagens da moda buscam os comportamentos a serem performados: há um jogo em que se equilibram séries de repertórios previamente estabelecidos de poses e gestos e a

2

Este jornal funciona aqui como “tipo ideal” da grande imprensa brasileira no século XX.

3

Performance, segundo Bert States, é uma palavra-chave no sentido usado por Raymond Williams, pois seus significados estão inextricavelmente ligados aos problemas para cuja discussão ela é utilizada. Ainda conforme o autor, performance pertence tanto ao campo da ideologia quanto ao da metodologia; é uma atitude e uma ferramenta, está em toda a parte posto que o corpo é uma espécie de texto em constante transformação. Ver STATES (1996). Para Goffman, a performance é uma metáfora para o comportamento social, se definindo como toda e qualquer atividade realizada por um participante numa determinada situação que serve para influenciar, de algum modo, os outros participantes. Assim como States, ele também insiste que estamos todo o tempo nos afirmando pela realização cotidiana e contínua dessas ações.

4

Nesse caso, estão implicados, não apenas o designer, mas, sobretudo, o fotógrafo, o jornalista e/ou produtor, a equipe de maquiadores e cabeleireiros e o veículo no qual a imagem é divulgada.

escolha daqueles que mais se adequam às roupas numa determinada situação, os quais, por sua vez, vão conformar modelos para os leitores. Na dinâmica da sociedade, que é dada a ver na fotografia de moda, reside uma de suas potências.

Goffman (2009), ao discutir as ocasiões em que a habilidade dramática dos agentes sociais é colocada em suspeição, aqueles momentos de risco, embaraço, vergonha ou constrangimento nos quais os sujeitos exibem o seu “amadorismo”, traz uma chave importante para articular performance e fotografia de moda. Os comportamentos imprevistos analisados por ele teriam uma equivalência nas imagens que contemplam atos performativos que rompem com os repertórios habituais, por exibirem o corpo em demasia ou em poses menos ortodoxas; por tratarem de temas tabus, como doenças, guerras e sexualidade; por exibirem modelos em desacordo com os padrões de beleza em vigor. Apelando para a ironia, agressividade ou drama, são aquelas imagens que provocam reações de desagrado, espanto ou incômodo nos leitores.

As proposições do sociólogo canadense acerca das performances na vida cotidiana somadas ao método empregado por ele na análise dos repertórios de gênero nos anúncios publicitários⁵ permitem investigar também tempo e moda nas fotografias, nos convidando a examinar aquelas que se repetem à exaustão, reiterando gestos e comportamentos, e ainda as imagens omitidas, as imagens escassas e as imagens imprevistas.

Na trilha de Goffman, propomos uma breve análise dos editoriais de moda do *Correio da Manhã*, na primeira metade da década de 1960. Neles fica evidenciado que o sujeito da moda eram as mulheres, e que o feminino se afirmava pela reiteração de um modelo calcado na docilidade, numa naturalidade construída, que exigia o controle do corpo e o uso de roupas “corretas”: havia uma ritualização da feminilidade impondo protocolos rigidamente demarcados, do olhar ao posicionamento de braços, pernas e pés, da escolha das peças ao modo de portá-las. Os conteúdos da moda se alteravam semestralmente, mas as formas de apresentação das vestimentas eram sempre as mesmas.

Curioso é que, a despeito de algum despojamento das roupas, comprimentos mais curtos e modelagens retas, as poses das manequins

5

Nas obras *Gender Advertisements* (1979) e *La ritualisation de la féminité* (1977), Goffman trabalha com a ideia de ritualização para discutir as relações de gênero. Para o autor, o ritual caracteriza-se por um comportamento expressivo, gestos ou ações significativos, que demarcam as fronteiras de gênero. São condutas portadoras de um sentido que não está nas próprias condutas, mas nos códigos culturais que nelas imprimem significado. Esses rituais muitas vezes estão presentes em “pequenos comportamentos”, detalhes que podem passar despercebidos para a maioria das pessoas, mas que se revestem de uma importância primordial para a compreensão das interações sociais. Analisando cerca de quinhentos anúncios publicitários publicados na década de 1970, o autor investiga como a fotografia publicitária monta uma cena com personagens capazes de condensar comportamentos para que possam mais facilmente ser reconhecidos, o que explicaria seu caráter estereotipado, uma espécie de “idioma ritual único” com uma infinidade de diferenças superficiais.

ainda guardavam semelhanças com os padrões das décadas anteriores, iluminando uma resistência às mudanças comportamentais. E, embora os textos das colunas de moda já apontassem algumas dessas mudanças, por vezes questionadas ou repelidas, os editoriais do *Correio da Manhã* omitiamos modelos mais criativos e os mais ousados, como os de moda de praia e lingerie, até meados dos anos 1960. Mesmo maiôs, vistos anualmente nas coleções primavera-verão, eram pouco divulgados pelo jornal.

As peças do guarda-roupa das mulheres associadas ao universo masculino, como as calças compridas, também eram raramente exibidas. Em geral, apareciam nos textos, acompanhadas de adjetivos como “juvenil” ou “esportiva”, deixando claro que não se tratavam de itens indicados para todas as idades ou ocasiões.

Além de reiterativo, o modelo de gênero performado nas fotografias de moda publicadas pelo *Correio da Manhã* se revela hegemônico porque nele a moda é um atributo feminino, mas não de todas as mulheres: afirma-se por um consumo distintivo, voltado para aquelas com alto poder de compra. São mulheres maduras que, em sua maioria, não trabalham e dispõem de tempo e dinheiro para se dedicar aos cuidados com a aparência. A moda, aliás, ainda se caracteriza como atributo de classe assentado na alta-costura e no que os seus criadores definiam.⁶

Essa qualidade pode ser sintetizada na insistência da publicação de fotos de moda com mulheres portando casacos e estolas de pele já nos primeiros anos da década de 1960, em pleno Rio de Janeiro. Para as clientes da Casa Canadá⁷, por exemplo, era comum assistir aos desfiles com produtos da empresa norte-americana Emba⁸ acompanhando *tailleurs*, luvas e sapatos de saltos altos em manequins impecavelmente arrumadas.

Também chama a atenção a quase total ausência de jovens nas imagens de moda. Apesar da vasta nomenclatura atribuída a elas nos textos das colunas especializadas – broto, debutante, mulher em botão, *jeune fille*, mocidade em flor – as adolescentes da primeira metade dos anos 1960 eram pouco consideradas pelas casas de alta-costura da cidade e estavam excluídas do modelo de gênero conformado pela moda. Nas coleções dedicadas a elas, não apenas as roupas eram adaptações daquelas criadas para as mulheres mais velhas como as próprias manequins que as apresentavam

6

Dentre os criadores mais citados nas colunas de moda do *Correio da Manhã* nesse período estão Dior, Saint Laurent, Nina Ricci, Chanel, Balmain, Givenchy, Jacques Heim. Este último manteve um ateliê no Rio de Janeiro, no Edifício Mesbla, no centro da cidade, entre 1958 e 1967.

7

A Casa Canadá detinha o monopólio do luxo na cidade entre 1950 e 1960, desde que expandira os negócios em 1944: de antiga peletería para um ateliê de roupas luxuosas. A loja, uma espécie de multimarcas, oferecia modelos originais de criadores da alta-costura parisiense, além de adaptações (cópias) produzidas com tecidos adquiridos na capital francesa e modelagem que respeitava rigorosamente esses originais.

8

Embaé a sigla da Eastern Mutation Mink Breeders Association, cooperativa criada nos Estados Unidos em 1942, e que reunia um grupo de criadores de mink especializados em peles de cores brilhantes, às quais atribuíam nomes como: *Ouro do Deserto*, *Jasmim*, *Turmalina*. Anunciavam esses produtos frequentemente na revista *Vogue*, a partir de parcerias realizadas com designers e fabricantes de casacos de peles e estolas.

em desfiles e fotografias. Os modelos de vestidos, a insistência no uso de luvas e chapéus, as poses e o gestual são elementos que apontam para uma tutela das adolescentes e uma imposição de padrões indumentários, replicados inclusive nos anúncios impressos das lojas de departamento.⁹

As colunas de moda tentavam impor às jovens uma orientação, no tom amigável que habitualmente as autoras desse gênero de texto empregavam, elegendo os inimigos da “moça bem”: calças compridas de cintura baixa, denominadas Saint-Tropez; calças “pata de elefante” e jeans usados sem os devidos cuidados. A cidade de Saint-Tropez, aliás, batizava todas as novidades relacionadas à exposição do corpo, desde os mencionados modelos de calças e assaias que deixavam à mostra a região do abdome até a mulher no “estilo Saint-Tropez”, entendendo-se aqui a mulher “liberada”.

Finalmente, a afirmação desse modelo de gênero é excludente ainda no que se refere aos homens, praticamente ausentes das fotografias de moda: são os anúncios publicitários das casas comerciais do Rio de Janeiro que permitem visualizar formas, modelagem, os usos propostos pelos criadores. Quanto aos textos das matérias, fazem uma pedagogia dos gostos masculinos para as leitoras, responsáveis pela aquisição de vestimentas para os namorados, noivos, maridos, irmãos e filhos. A reiteração de que a moda é um domínio do feminino está presente na insistência dessa atribuição.

Aos poucos, ao longo da segunda metade dos anos 1960, novas performances são evidenciadas nos editoriais do *Correio da Manhã*. Homens jovens, brancos, em geral magros, e, por vezes, com aparência feminina, são registrados conforme as tendências europeias e raramente usam peças formais. Roupas ajustadas ao corpo, em cores e estampas variadas, de nítida influência inglesa são comuns, assim como as vestimentas unissex, com calças, camisas, blazers e ternos de cortes iguais para homens e mulheres, não esquecendo as calças jeans, as camisetas e o paletó no estilo “Mao”.

As fotografias de moda passam, então, a subverter ou, pelo menos, questionar o modelo hegemônico de sexualidade e os atributos tradicionalmente associados a cada gênero. Em alguns editoriais os homens posam sozinhos, sem a indefectível companhia feminina; era como se estivessem autorizados a seguir a moda sem ter a masculinidade posta à prova.

9

Uma exceção era a Sears, empresa de origem norte-americana, situada no bairro de Botafogo, na zona sul carioca e que comercializava calças de brim, saias e vestidos menos rebuscados, conjuntos de shorts, biquínis.

Matérias reunindo pais e filhos, por vezes, vestidos com as mesmas roupas, começam a ser publicadas e iluminam barreiras menos rígidas entre as diferentes gerações: é interessante observar homens dispensando cuidados às crianças, algo praticamente inexistente na publicidade e nas imagens de moda até então, mesmo naquelas que reuniam famílias. Em muitos casos não se nota a presença das mulheres.

Comuns são os casais de namorados, em especial, nas matérias dedicadas à roupa unissex, em fotografias que tomam de empréstimo a estética daquelas produzidas na Inglaterra, com jovens deitados em gramados, apoiados em bancos, mulheres com maquiagem levemente borrada no olho e homens usando acessórios associados ao universo feminino, como lenços estampados. Poses e gestos contribuem para conformar padrões de sexualidade menos rígidos, sinalizando que as experiências amorosas já não estão camufladas; isso tudo combinado com certa atmosfera lisérgica promovia a associação entre juventude e rebeldia.

Outro padrão observado nas imagens de moda da segunda metade dos anos 1960 refere-se às figurações que contemplam um homem acompanhado de duas mulheres, referência – ainda mais explícita – à liberdade sexual. É o caso de um editorial com Juca Chaves e as modelos Nixon e Paula.¹⁰ Suas performances são interessantes porque evocam diferentes simetrias: se o homem é o dominador e se relaciona com duas mulheres ao mesmo tempo, há também uma dominação feminina – como na imagem em que o cantor está deitado e as duas mulheres em pé, uma delas usando botas altas, piteira, visivelmente controlando a situação.

Mas, se esse tipo de interação envolvendo três participantes torna-se relativamente comum em editoriais de moda e, curiosamente, uma mulher jovem possa ser retratada cortejada por vários homens, não há espaço para editoriais reunindo uma mulher e dois homens. Se o olhar masculino é o que domina a produção das fotografias de moda, se há uma pedagogia mais ou menos explícita nessas imagens, e se essas dialogam com as questões e tensões da sociedade, pode-se compreender, ainda aqui, a permanência de determinados padrões de comportamento e de interações pautadas, de forma geral, por um desequilíbrio.

10

"Juca, mulher e moda",
Feminino, *Correio da Manhã*,
19/4/1970. Fotos: Dilson Martins.

De todo modo, é importante ressaltar que, em algumas séries fotográficas, a sexualidade emerge menos presa aos moldes tradicionais, transitando entre a ambiguidade e o homoerotismo. Quanto mais transgressora a roupa, mais é permitido experimentar diferentes repertórios de gênero. É o caso do editorial “Moda à nossa moda”, que registra duas mulheres e um homem juntos, posando na boutique Aniki Bobó, Rio de Janeiro. Nessas imagens, a interação é marcada pela intimidade e pelo equilíbrio: não há uma relação de subordinação ou dominação entre os modelos; nota-se uma simetria, sem dúvida, facilitada pelas roupas que possibilitam a homens e mulheres experimentarem formas, cores e modelagens, misturando e confundindo as características associadas a cada um. As roupas enfraquecem as fronteiras de gênero que, por um longo tempo, encontraram eco na moda, revelando que ela antecipa padrões de comportamento mais fluidos.

O manequim masculino no editorial – o arquiteto Gilles Jacquard – sinaliza uma sexualidade pouco afeita aos padrões comuns à época, não há nele nenhuma característica que enfatize a clássica representação masculina, ao contrário, ao se deixar segurar por uma das modelos, revela uma postura quase infantil; em outra imagem, ele apoia a modelo, representada em pé, mas, de novo, não há nenhum sinal de dominação; finalmente, ao ser registrado em uma estrutura metálica que projetou para a mencionada loja, descalço, de óculos escuros, *foulard* e conjunto de paletó e calça de veludo preto, ele se permite brincar com os repertórios associados à masculinidade e, ao mesmo tempo, ratifica que a moda é um elemento de sedução acessível aos homens.

A segunda metade dos anos 1960 revela uma forte ruptura no padrão de representação feminina. Uma “mulher dinâmica” é figurada em espaços externos, públicos e privados, caminhando, em deslocamento. Os atos performativos dessa mulher ativa contemplam ampla variedade de repertórios, gestos e situações.

Exemplar, nesse sentido, são as modelos do editorial *Moda marota*¹¹ representadas em dupla, em local indefinido, com poses enfatizando a ideia de movimento, visíveis nas pernas e braços abertos. Produzidas pelo fotógrafo Pedro de Moraes, as imagens buscam muito mais configurar um

“clima” que colabore para difundir as roupas da boutique Truc e, sobretudo, especificar as clientes a que se destinam, do que propriamente exibir os detalhes das vestimentas.

O editorial evidencia outro aspecto importante da nova mulher da moda: ela é magra e tem um corpo que é controlado por exercícios ou dietas, amplamente divulgados nas revistas e nos cadernos femininos dos jornais. Para vestir minissaias, biquínis e calças compridas não é possível exibir curvas, quadris largos, celulites, estrias e quilos extras.

Esta nova mulher é, sobretudo, independente, jovem e solteira, o que não significa que as casadas e as mães tivessem que abdicar da moda. Se até então adolescentes e jovens se ajustavam aos estilos da alta-costura destinados às mulheres maduras, agora a roupa dos jovens veste mães e filhas. Trajes iguais, sintomáticos da valorização da juventude como “estilo de vida”, sinalizam uma tendência para relações familiares menos rígidas. Contudo, as imagens que reúnem “mães e filhas” indicam também uma ambivalência nessas representações da “moda única”, com se houvesse, de fato, uma democratização da indumentária em termos de faixa etária.

Em um dos editoriais,¹² a locação, um parque infantil, e o repertório de poses, que não explicitam a relação mãe e filha, contribuem para afirmar a ideia de que uma moda única atende exclusivamente as jovens mães. É difícil imaginar mulheres na faixa dos trinta anos usando minivestidos com meias rendadas como as filhas. Igual para todas as idades era um artifício retórico, uma maneira de vender roupas para mulheres jovens que, ao adquiri-las, estariam estendendo a sua própria infância, parecendo ainda mais jovens, ao se distanciar das gerações precedentes.

Outro editorial de moda reunindo mãe e filha é o contraponto ideal para o acima mencionado. Ele aponta para novos códigos de representação da fotografia de moda e evidencia como ela colabora para construir múltiplos repertórios de gênero na segunda metade dos anos 1960.

“Moda de mulher moderna”, de 1969,¹³ deixa claro que, embora mãe e filha por vezes apareçam rigorosamente iguais, o foco era a mãe. Colabora para tal mudança o fato de que as modelos são Danuza Leão, então com trinta e seis anos, e sua filha Pink Wainer, com quinze.

12

“Tal mãe, tal filha”, *Feminino*, *Correio da Manhã*, 3/09/1967. Fotos: Gilmar Santos.

13

Publicado no caderno *Feminino*, *Correio da Manhã*, 30/11/1969. Fotos: Sergio Rocha.

Analisando-se a figuração de ambas salta aos olhos, em primeiro lugar, uma simetria: se por vezes Danuza aparece em tamanho superior ao da filha, em outras, é Pinky quem está em posição mais elevada.

A imagem da jovem com um cigarro na mão causa estranheza. Mais ainda pelo fato de Pinky contar com a autorização da mãe para fazê-lo, posto que é figurada assim, inclusive quando está ao lado de Danuza.

Outras questões se destacam, entre elas a maneira como Danuza expõe o seu corpo e suas ideias, os comentários sobre a condição feminina, as críticas aos hábitos de consumo das brasileiras que viajam ao exterior, o modo como desafia os conceitos de bom e mau gosto.

As relações familiares implícitas e explícitas promovem uma quebra nos padrões de figuração. Em uma curiosa imagem confundem-se papéis e faixas etárias: na contramão do que apregoam todos os outros editoriais examinados, é a diferença na indumentária que equilibra as relações. Ao inverterem os papéis, trocando de roupa, a jovem afirma o seu protagonismo, e a mulher madura a sua capacidade de se manter jovem e aberta a experimentações.

As fotografias de moda da segunda metade dos anos 1960 também chamam a atenção pelo modo ambíguo com que abordam a minissaia. Essa peça, que promove a quebra de padrões e instaura discussões acerca da sexualidade e das formas de exibição do corpo, possui ainda uma forte carga erótica: ao mesmo tempo em que promete a juventude eterna, infantiliza a mulher. Nesse sentido, ela dá margem a múltiplos atos performativos e obriga a que os fotógrafos mobilizem uma variedade de repertórios para promover sua apresentação consoante o produtor e o público a que se destina.

O cotejo entre os editoriais dedicados à minissaia e aqueles com mulheres usando calças compridas é um exercício interessante, sinaliza uma figuração um pouco menos erotizada das usuárias das minis. As calças ainda exigiam uma pedagogia dos usos e a reiteração de que não masculinizavam a mulher, diferente das minissaias, afinal, há séculos a saia, vedada aos homens, é uma das peças que comunica mais claramente o sexo do portador.

Uma explicação para o apelo à sensualidade nas imagens de mulheres com calças compridas está relacionada à necessidade de assegurar que elas continuavam a ser femininas. As poses e os gestos sensuais eram, igualmente, uma forma de delimitar seu empoderamento: se as mulheres usavam calças e se igualavam aos homens, cabia a eles representá-las. Outro aspecto interessante é que as fotografias ensinam as técnicas do corpo. Como usar calças e continuar interessando aos homens era um dos temas que estava em jogo.

Os registros de moda com mulheres usando calças, nos anos 1960, talvez sejam a expressão mais bem acabada de gêneros em mutação e de como isso mobiliza o olhar dos fotógrafos. Expressam a ambivalência das imagens e os diferentes modos encontrados pelos fotógrafos para lidar com novas peças de roupas.

A categoria "jovem" e os modos como ela é construída e encenada nos editoriais do *Correio da Manhã* também expressam ambiguidades: muitas fotografias de moda produzem a "pacificação" de alguns temas, como a "roupa dos estudantes", geralmente apresentada em figurações ingênuas, quase infantis. Comparando-se essas imagens com os ensaios produzidos pelos fotojornalistas durante as manifestações e passeatas ocorridas no Rio de Janeiro, entre 1966 e 1968, no qual boa parte dos sujeitos figurados são estudantes, tem-se a medida de certo descompasso, ou de como a fotografia de moda podia banalizar ou acomodar determinadas questões. O mesmo pode ser dito sobre as representações da "moda Mao" e a estilização de roupas entendidas como revolucionárias.

Finalizo, retomando algumas questões tratadas pelo historiador Jean-François Sirinelli (2004), a propósito da década de 1960, em especial, suas observações quanto aos efeitos de reverberação daquela época, trazendo-as para o campo da moda. De que maneira e em que medida a moda colabora para que se superestime os anos 1960 como um tempo de revoluções? Por que esses efeitos são amplificados quando se trata de roupas produzidas então? Como as imagens e, sobretudo, as imagens de moda, atuam na conformação dessas representações?

As fotografias colaboram para que se discuta como a ideia de um corte radical com o *continuum* da moda na década de 1960 deve ser

colocada em seus devidos termos, começando, por exemplo, pela ideia de que aquela – como qualquer outra década, aliás – não era um “bloco homogêneo” de transformações políticas, culturais e de comportamento, e que envolveriam, igualmente, as formas vestimentares. Tampouco tais alterações, no âmbito da aparência, teriam atingido de maneira ampliada todos os sujeitos coletivos das sociedades ocidentais.

Para fugir de uma perspectiva simplista, vale retomar o “salto do tigre”, de Walter Benjamin (2007) de modo a ressaltar que a moda tem como uma de suas potências a qualidade de nos lembrar de que o tempo não é linear: os anos 1960 comportam pelo menos dois tempos e velocidades distintos, que, em verdade, se cruzam e se relacionam.

No início da década, grosso modo, a maior parte das criações da alta-costura ainda ressoava elementos relacionados às décadas anteriores, enquanto que as criações do *prêt-à-porter* – e as de alguns costureiros da alta moda – já sinalizavam para as mudanças que estavam por vir. Isso não significa afirmar, portanto, que não estivessem em curso alterações nas formas vestimentares, as quais, por sua vez, explodiriam a partir de 1965; mas, é preciso reconhecer, que havia tensões, contradições e, da parte de certos criadores, uma incapacidade de se relacionar com o tempo, visível, por exemplo, nas roupas de Chanel (BARTHES, 2005).

De todo modo, se no que tange às vestimentas, a segunda metade dos anos 1960 aponta para mudanças aceleradas e por vezes radicais, isso não evidencia que os agentes da moda desconhecem temporalidades passadas e, tampouco, que não dialogassem com o futuro.

O que distingue a obra de boa parte dos estilistas desse período é justamente a forte noção de tempo presente, uma capacidade de apresentar propostas que, rompendo com o passado, ou dialogando com o que ele teve de mais transgressor, apontam para o futuro, seja por meio das roupas mesmas ou das novas maneiras de expor o corpo.

Esses agentes da moda também construíram um poderoso discurso que os colocava à frente do tempo, por vezes como visionários, graças a propostas com tecidos inusitados e materiais alternativos, à estética futurista ou espacial, entre tantos outros temas. No fundo, a qualidade daqueles criadores residia na aposta que faziam de que era neles que os estilistas

do futuro se apoiariam quando buscassem no passado as referências para as suas criações. Por isso as fotografias de moda são fundamentais: constituem uma das representações mais bem acabadas de um presente que se torna eterno.

Referências

AUSTIN, John Langshaw. *Quando dizer é fazer: palavras e ação*. Porto Alegre, Artes Médicas, 1990.

BASSANEZI, Carla. *Reverendo as mulheres: revistas femininas e relações homem-mulher, 1945-1964*. São Paulo, Civilização Brasileira, 1996.

BENJAMIN, Walter. *Passagens*. São Paulo, Imprensa Oficial, 2007.

BUTLER, Judith. *Bodies that matter: on the discursive limits of "sex"*. London/New York, Routledge, 1993.

_____. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2010.

EVANS, Caroline. *Fashion at the edge*. New Haven e Londres, Yale University Press, 2003.

GOFFMAN, Erving. *Gender advertisements*. Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press, 1979.

_____. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis, Vozes, 2009.

_____. La ritualisation de la féminité. *Actes de la recherche en sciences sociales*, v. 14, p. 34-50, abr. 1977. Disponível em: [http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/arss_0335-5322_1977_num_14_1_2553)

/arss_0335-5322_1977_num_14_1_2553

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. *Moda e revolução nas páginas do Correio da Manhã: Rio de Janeiro, 1960-1970*. Tese (doutorado). Programa de Pós-Graduação em História, UFF, 2012.

SIRINELLI, Jean-François. Este século tinha sessenta anos: a França dos sixties revisitada. *Revista Tempo*, Rio de Janeiro, n. 16, 2004, p. 13-33.

STATES, Bert. Performance as metaphor. *Theatre Journal*, v. 48, n. 1, mar., 1996, p. 1-26. The Johns Hopkins University Press. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/320871>>

Recebido em 04/03/2016

Aprovado em 26/09/2016

Moda como arte: a trajetória e a obra de Olly no Rio de Janeiro nos anos 1960 e 1970¹

Patrícia Reinheimer²

Resumo

O artigo procura a partir da investigação de um acervo documental de um casal de imigrantes, apresentar uma entre diversas escalas de análise. Tomando o vestuário como um ator social, é possível perceber valores e discussões suscitadas na interação entre as pessoas, mediadas pelas coisas. Na busca da construção de uma classificação para a produção de roupas vemos a constituição de um espaço hermenêutico como parte de um processo de particularização da produção de uma artista, contribuindo na construção ocidental da criatividade a partir de um olhar retrospectivo de rompimento com a sociedade e a tradição. Ao mesmo tempo, acompanhando os movimentos dos atores sociais, indivíduos e instituições, vemos como a artista em questão “nadou com a maré” adaptando-se às performances dos intelectuais e incorporando em sua produção as proposições anteriores sobre a criação no Brasil e sobre cultura brasileira, improvisando criativamente seu fazer artístico, e contribuindo para a constituição do que hoje se configura como um campo em expansão de investigação sobre a moda brasileira.

Palavras-chave: Olly Reinheimer. Crítica de arte. Produção de moda.

Fashion as plastic arts: the trajectory and work of Olly in Rio de Janeiro in the 1960s and 1970s

Abstract

This article aims from the investigation of a documental archive of an immigrant couple, introduce one of several scales of analysis. Taking the costume as a social actor it's possible to realize discussions and values raised in interaction between people mediated by things. In search to make a classification for the clothing production we can see the constitution of a hermeneutic field as part of a process of particularization of artistic production, contributing to the consolidation of western creativity from the retrospective view of rupture with the society and tradition. At the same time, following the movements of the social actors, individuals and institutions,

1

Esse artigo é fruto de uma pesquisa patrocinada pelo edital Universal do CNPq e Jovem Cientista do Nosso Estado, da Faperj.

2

Professora da área de antropologia do Departamento de Ciências Sociais e do Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. É autora, entre outros, de *Reflexões sobre arte e cultura material* (Cultis, 2013). E-mail: patriciareinheimer2007@gmail.com

we can realize how the artist in question “follow the river course” by adapting herself to the performances of scholars and incorporating in her production the previous propositions about creation in Brazil and Brazilian culture, improvising his work and contributing to the constitution of what nowadays is configured as an expanding field of research on Brazilian fashion.

Keywords: Fashion. Art. Brazilian Visual Arts. Memory and History. Olly Reinheimer.

Introdução

Procuro mapear neste texto, a partir da produção de Olly Reinheimer nos anos 1960 e parte dos 1970, os debates suscitados em torno da relação entre *arte* e *moda*³. Uso para tanto, parte de um acervo de documentos coletados pela artista e seu marido, Werner Reinheimer, ao longo do convívio de mais de 40 anos. Os dois vieram para o Brasil na década de 1930. Olly tornou-se figura proeminente no campo artístico carioca e brasileiro entre o início da década de 1950 e 1986, e Werner era um intelectual, aposentado pela Alemanha, como ex-membro da resistência alemã que mantinha correspondência ativa com diversos políticos e intelectuais brasileiros e estrangeiros.

O casal deixou no apartamento onde residiu um acervo composto de diversas categorias de documentos: cartões postais, cartas, artigos escritos por eles e/ou sobre eles, cursos de arte montados, uma biblioteca de livros sobre sociologia, arqueologia, antropologia, ciência política e arte, fotografias em papel e diapositivos. As fotografias do acervo do casal podem ser divididas em reproduções do trabalho artístico de Olly, incluindo seu contato com personalidades do mundo artístico nacional e internacional, imagens das viagens do casal e fotografias de família, algumas remontando ao início do século XX, na Europa. Ainda que também utilize como dado empírico material escrito por Werner Reinheimer, a análise aqui empreendida está centrada na trajetória de Olly, após seu ingresso no mundo artístico carioca, nacional e internacional.

O acervo de documentos e objetos mais especificamente produzidos por e sobre Olly é constituído por documentos têxteis, manuscritos diversos,

3

O termo “moda”, neste texto, não se refere ao dispositivo social genérico definido pela temporalidade breve e mudanças constantes, aplicável a diversas esferas sociais de que fala Lipovetsky (2006), mas ao desenho do vestuário realizado por Olly. Tomo o termo “vestuário” com base na definição de Roland Barthes como a conjugação da dimensão social e coletiva da indumentária com a individual da roupa (BARTHES, 1981 apud HELLMAN, 2009).

inclusive sobre seu processo criativo, como: “livros de ouro” e tecidos assinados por ocasião de exposições, contratos para expor ou vender obras, correspondências referentes aos processos de produção e envio de obras, livros sobre química e técnicas artísticas, objetos de arte produzidos por Olly ou trocados por ela com produtores artísticos de sua rede de relações, constituída em grande parte por artistas brasileiros e estrangeiros reconhecidos pela história da arte brasileira e latino-americana, majoritariamente.

Werner, por sua vez, guardou cópias das correspondências trocadas com amigos e conhecidos nas quais comentava sobre a vida e o contexto político e social brasileiro, e recebia dos amigos e conhecidos comentários acerca das condições políticas dos lugares de proveniência das cartas (em geral, Brasil, Europa e EUA). Parte dessa correspondência é constituída por missivas e cartões de personalidades do campo literário e político, como Jorge Amado e Darcy Ribeiro.

Esses documentos então apresentam a possibilidade de acesso ao processo de produção de si representado pelo acúmulo de documentos do casal, mas também a possibilidade de investigar a interferência que os gestos diversos de terceiros têm tido sobre tais documentos, desde a morte dos dois.

A correspondência de Werner, além de possivelmente acrescentar detalhes à dimensão pessoal da vida de Olly, também abre para uma leitura do contexto político-ideológico em que o casal vivia. Os documentos que compõem esse acervo são tomados, assim, como evidências de algumas atividades da artista, de alguns contatos profissionais e pessoais que compunham sua rede de sociabilidade e do universo intelectual no qual transitava.

Aqui me debruço sobre alguns materiais, analisados em ordem cronológica, de forma a propiciar um panorama das categorias usadas pelos agentes sociais na constituição da reputação de Olly nos primeiros quinze anos de sua trajetória, associando aí as estratégias usadas ao contexto e aos valores em disputa no incipiente campo artístico das décadas de 1950 a 1970.

A escolha do período e do material usado vincula-se à retomada do que foi previamente selecionado ao longo de uma pesquisa inicial,

desenvolvida em 1999. O resgate dessa pesquisa parte da intenção de sistematizar o acervo do casal.

Há sempre certo encantamento diante de um arquivo inexplorado. Imagina-se a possibilidade de descobrir intimidades da vida alheia, processos de criação, ideias inéditas e, em última instância, quando o arquivo é de algum familiar, detalhes de sua própria identidade e sua trajetória de vida. O objetivo desta investigação é desvendar histórias relacionadas ao casal Olly e Werner Reinheimer, organizando e descobrindo o acervo construído e mantido por ambos e ainda sua família – lembrando sempre que o processo de desvelamento é, ao mesmo tempo, a reconstrução dessas histórias que são parcialmente “contadas” pelas fontes⁴. Uma vez organizado, sistematizado e digitalizado, o acervo deverá ser disponibilizado publicamente por meio de um banco de dados digital para acesso público⁵.

Para além da investigação do acervo e sua constituição e o interesse que esse processo possa ter para a microhistória, como fontes autobiográficas e biográficas de trajetórias de personagens silenciadas pela história da arte hegemônica e de vida e, a partir dessas trajetórias, investigar escalas sociais distintas esses documentos contribuem como testemunhas do processo de resignificação de um fenômeno cultural, até então excluído da construção de símbolos de nacionalidade; no caso, a *moda*.

Desde a década de 1920 que o debate sobre a *moda* brasileira vem sendo travado a partir da ideia de uma identidade que ainda não se diferenciava da Europa, deveria. As características climáticas e culturais eram as justificativas para tal perspectiva. No entanto, desde o final do século XIX até a década de 1980, os estudos sobre *moda* vinham abordando o fenômeno, seja com base na perspectiva do consumo conspícuo, ou de um fenômeno relativo à distinção de classe.

Após a Segunda Guerra Mundial, entretanto, as transformações culturais e a nova conjuntura histórica exigiram uma revisão na construção das questões norteadoras do fenômeno da *moda*. É assim que os autores interessados por essa área passaram a tratar do fenômeno com base em dimensões identitárias diversas: gênero, etnia, cultura, levando em conta ainda questões ambientais e de trabalho no processo produtivo e de

4

Para facilitar a distinção entre as fontes, assumi formas distintas de grafia: o formato itálico com aspas para as fontes etnográficas que constituem objeto de análise, quando o texto é de autoria de Olly ou de Werner coloquei-os entre aspas em itálico e negrito, e os textos de outros autores como ferramenta de informação e/ou interpretação aparecem entre aspas sem itálico. As categorias de análise, por sua vez, foram italizadas, mas sem aspas.

5

A versão digital do acervo estará disponível no site da UFRRJ, no endereço <http://r1.ufrj.br/olly/index.php/>

consumo das vestimentas. Se, por um lado, o trabalho de Olly encontra-se nesse período histórico peculiar; por outro, no início do século XXI, a *moda* passou a ser tomada como um fenômeno cultural com outras especificidades.

Em 2007, o ministro da cultura propôs uma reformulação da noção de cultura com a qual o Estado brasileiro vinha trabalhando em seu Plano Nacional: não mais uma noção hierarquizante de saberes, mas algo instrumental, em que a *moda* pudesse ser incluída a partir de sua dimensão identitária, além de econômica (GIL, 2007). A *moda* passou assim a ser vista como uma indústria (com sua rede de produtores, mediadores e consumidores), mas também ganhou um significado que se relacionava à criação, e com força econômica de impacto concreto, além do aspecto simbólico, na diversidade de grupos sociais brasileiros.

Depois disso, a *moda* passou a ser compreendida como uma linguagem artística pelo Ministério da Cultura. O setor ganhou assento no Conselho Nacional de Política Cultural, e passou a ser tomada como uma possibilidade de “revelar a identidade do país”. Assim, para além de oferecer crédito para a cadeia produtiva da *moda*, o Estado propôs uma política cultural de promoção da criação e da experimentação, tornando a *moda*, como um tema de políticas públicas de garantia da diversidade.

Uma aliança entre empresários, pesquisadores, organizações não governamentais, estilistas e Estado, acarretou o surgimento de editais e instituições voltadas para um planejamento de longo prazo no setor. Essa estratégia começou com a construção de uma “arqueologia” da *moda* brasileira de modo a fundar as bases históricas de uma cadeia produtiva da *moda*, que incluía tanto a dimensão criativa, como a empresarial.⁶

Uma dessas instituições é o Museu da Moda, projeto da Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro, e a disposição de suas organizadoras em receber o acervo de Olly Reinheimer como parte da “arqueologia”. É em parte esse contexto histórico e social que possibilita repensar a trajetória da artista, incluindo-a no processo de construção de uma nova arena de investimentos econômicos e simbólicos no Brasil.

Portanto, por um lado, com essa investigação recupero parte da trajetória intelectual do período histórico vivenciado pelo casal de

6

Zuzu Angel e a Rhodia talvez sejam exemplos paradigmáticos desses dois eixos.

imigrantes alemães judeus através de seu acervo privado. Por outro, estou contribuindo para a própria constituição de um campo⁷ da *moda* que se desenha na atualidade.

O Rio era o contraponto da Alemanha sombria e militarizada

Olga Helene Blank nasceu em 28 de janeiro de 1914, em Mittweida⁸, na Saxônia. Filha da judia russa, Chaja Blank, Olga Blank só conheceu o pai húngaro, Ladislao Vamos, depois de migrar para o Brasil.⁹ Chaja e Olga se mudaram para Berlim na década de 1920. Chaja casou-se com Werner Hasenberg e teve dois filhos, Erika e Egon. (Figura 1)



Figura 1

Provenientes da classe média, a família provavelmente não sofreu tanto as dificuldades da crise econômica pela qual passava a Alemanha no período entre guerras. No entanto, o surgimento do nacional-socialismo e a emergência do que viria a ser o Terceiro Reich levou-os a optar pela migração. Em 1935, Chaja, Werner, Erika e Egon partiram da Alemanha. Olga ficou encarregada de se desfazer dos bens familiares, indo encontrar a mãe, o padrasto e os irmãos um ano depois, em São Paulo. No Brasil, conheceu Werner Siegfried Reinheimer, judeu alemão que migrara em 1934, por motivos similares.

7

A noção de campo é emprestada a Pierre Bourdieu (sociologia da dominação), e coloca ênfase nas hierarquias internas e na posição em relação a outros campos de atividade. Entretanto, uso também a noção de mundo (sociologia interacionista), visando maior ênfase nas interações concorrentes para a fabricação e a etiquetagem material e “mental” de um produto como obra de arte.

8

Mittweida foi uma das principais cidades produtoras de têxteis da Saxônia, no século XIX e começo do XX. Provavelmente isso teve influência na formação de Olly, mesmo que tenha saído da cidade ainda criança.

9

Não conheço detalhes dessa coincidência que fez com que ele, além de ter migrado para o mesmo país, tenha encontrado também a filha de um antigo e não oficializado relacionamento.

Werner Reinheimer e Olga Blank, depois de se casarem em 1939, mudaram-se para o Rio de Janeiro, cidade que se tornou sua residência permanente. Em 1940, o casal teve seu filho. Olga cuidava da casa e da família e trabalhava como vendedora em lojas de produtos para costura e confecção, para as quais também fazia flores de organza e pequenas peças de decoração em tecido.

Na década de 1950, Olga Reinheimer fez curso de cerâmica com Margaret Spencer, provavelmente na Escolinha de Artes do Brasil (EAB).¹⁰ Expôs suas peças em cerâmica, em 1953, no 2º Salão de Arte Moderna, no Rio de Janeiro, e, em 1954, recebeu o prêmio aquisição por sua participação no 3º Salão Nacional de Arte Moderna, também no Rio de Janeiro, e, ainda, em 1954 expôs no Congresso Nacional de Intelectuais, em Goiânia, GO. Uma intoxicação devido às químicas utilizadas na queima das peças levou-a a abandonar a cerâmica e a se dedicar à gravura e à pintura em tecido.

Em 1958, quando o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM-RJ) se mudou para sua sede definitiva, no Aterro do Flamengo, Olga Reinheimer começou a frequentar as aulas oferecidas no museu por artistas consagrados: desenho com René Leblanc; pintura com Milton Goldbring, Ivan Serpa, Zélia Salgado, Santa Rosa e Frank Schaeffer; composição com Fayga Ostrower; gravura com Johnny Friedlander e Roberto Delamonica.

Desde que Niomar Muniz Sodré assumiu a direção do MAM-RJ, em 1952, esta instituição se pautava não mais por uma concepção de estímulo a uma atitude contemplativa, mas na ideia de um espaço propositivo de intervenção no mundo em transformação (SANT'ANNA, 2011). Segundo a nova orientação, o MAM-RJ deixava "de ser um mausoléu, para tornar-se um órgão educativo, vivo, criador de padrões de julgamentos estéticos, aperfeiçoador do gosto artístico, não de um grupo de *happy few*, senão da massa popular" (*Boletim do MAM*, 1952 apud PARADA, 1995, p. 119).

Segundo Parada, "a identidade moderna do MAM se constrói sobre o conceito de museu-escola, aberto ao grande público". Na prática propunha-se um museu como agente pedagógico, o que o diferenciava dos outros museus cariocas. Afora a dimensão pedagógica, o museu apostava também na reformulação dos critérios legítimos de classificação dos objetos artísticos. Estava em jogo o embate que contrapunha o abstracionismo à

10

Criada em 1948, no Rio de Janeiro, por iniciativa do artista pernambucano Augusto Rodrigues (1913-1993), da artista gaúcha Lúcia Alencastro Valentim (1921) e também da escultora norte-americana Margareth Spencer (1914), a Escolinha, que coloca o foco nas distintas expressões artísticas (dança, pintura, teatro, desenho, poesia, etc.), funcionou inicialmente no Hospital da Lagoa e depois nas dependências da Biblioteca Castro Alves, do Instituto de Previdência e Assistência Social dos Servidores de Estado – Ipase. A obra: *Education through Art* (1943), de Herbert Read, forneceu os principais fundamentos para a escola. A Escolinha adotava uma metodologia não diretiva como forma de estimular a criatividade e procurava ampliar o repertório artístico, incluindo elementos da arte popular e do folclore, como o teatro de fantoches e bonecos, por exemplo, e ainda o diálogo entre as diferentes modalidades artísticas (EAV, 2013). A Escolinha trabalhava com uma concepção de arte como expressão e experimentação, valores que estavam sendo defendidos por Mario Pedrosa e outros críticos, por oposição à arte como comunicação de ideias.

produção artística figurativa, como parte de um novo conjunto de valores relacionados à criação artística (REINHEIMER, 2013). Com a ênfase na abstração como forma legítima de fazer, pensar e avaliar a arte, o MAM-RJ desqualificava o MNBA, “principal polo da produção artística figurativa” (PARADA, 1995, p. 121).

Em 1958, Olga Reinheimer já tinha uma marca para suas criações, Olly Tecidos. Olly, corruptela do nome Olga, tornou-se o pseudônimo através do qual ela construiu sua identidade profissional. Em 1959, realizou suas primeiras exposições individuais na Galeria de Arte Contemporânea do Rio de Janeiro e na Galeria Ambiente de São Paulo. Em 1960, a primeira individual aconteceu no MAM-RJ, e foi intitulada: “Tecidos pintados”. (Figura 2)



Figura 2

No catálogo, Olly foi apresentada por Jayme Maurício e Mario Pedrosa como uma *artista* e não uma *estilista*, ainda que seu objetivo final fosse usar seus “tecidos pintados” para fazer roupas. Pedrosa falava das tentativas modernas de fugir às representações da “paisagem natural e das naturezas mortas” (ou seja, da figuração) que estavam levando artistas a “dissolver cada vez mais” a pintura. Para Pedrosa, esse seria o caminho que teria levado Olly a “tentar uma experiência lógica e radical: combinar pintura e gravura diretamente sobre o pano” (PEDROSA, 1960).

Em termos de linguagem, Olly se enquadrava nos critérios de criação artísticos defendidos não somente pelo museu, mas também por um dos principais críticos de arte brasileiros daquele período. Mário Pedrosa foi um dos defensores da representação abstrata como caminho para uma maior autonomização do insipiente campo artístico brasileiro. A defesa da representação abstrata trazia consigo como um dos critérios de avaliação da produção artística, a ideia de *dom* e *sensibilidade*, traduzidos na *singularidade* do artista e na *autenticidade* das obras. O embate entre os critérios de avaliação da produção artística que colocaram em campos opostos a representação figurativa e abstrata aconteceu ao longo da década de 1950.¹¹

A relação entre *arte* e *artesanato* que aproximava Olly da ideia de produção popular, ou tradição, era outra forma de justificar a presença da expositora naquele museu. O *popular*, assim como o *primitivo*, a produção *infantil* e dos *loucos* foram naquele período formas de se opor aos cânones artísticos e, igualmente, às normas acadêmicas. A qualidade artesanal dos tecidos exaltada enquanto a dimensão singular de sua produção era usada para qualificá-la como *arte*: “cada peça de seus tecidos é uma obra à parte, tal a variedade de desenho e de tons em que é trabalhada. Mesmo se quisesse, não poderia ela reproduzi-lo em série. Ao executá-los, ela é essencialmente pintora ou gravadora” (PEDROSA, 1960).

Ainda não se tratava do *artesanato* enquanto produção de *comunidades tradicionais*, tendo como algumas características distintivas a ideia de irregularidades, conhecimento passado entre gerações e temporalidade própria atrelada a outras atividades econômicas (LIMA, 2005).

11

Cf. Reinheimer (2013) para o embate entre Mário Pedrosa e Candido Portinari.

A aproximação com o artesanato “tradicional” apareceu mais tarde em sua produção, certamente influenciada por sua rede de relações constituída por atores centrais na construção da ideia do valor da produção artesanal tradicional, no Brasil. No início da década de 1960, a ideia de *artesanato* vinculada ao seu trabalho se referia a um fazer manual que remetia à noção de artista-artesão como o que se conheceu no Renascimento, dominando as diversas etapas do trabalho artístico, assim como as ferramentas para tal produção.

Já o texto de Jayme Maurício não hesitava em inserir Olly no campo da *moda*, fazendo a ressalva de que essa não era uma esfera que se restringia ao “frívolo”, “fútil” e “ligeiro”:

Olly, a artista que hoje apresentamos no Museu de Arte Moderna do Rio será talvez a mais qualificada contribuição ao que se poderia chamar a “moda brasileira”, resolvendo com suas finas criações em algodão e seda, o problema de cor e forma nos tecidos que comporão a elegância das mulheres. (MAURÍCIO, 1960).

Maurício continuava relacionando *originalidade* e características industriais, e argumentando que Olly reunia a *raridade* e a *individualidade* às necessidades práticas da vida cotidiana. No entanto, o crítico contrapunha essas duas dimensões no referente à produção em série. Assim, sua produção não servia a um público amplo, apenas disfarçando a produção em massa como trabalho manufaturado, mas era consumido por uma pequena elite, ainda que essa oposição ao consumo de massa pudesse estar em contradição à ideia de popularização dos valores estéticos defendidos pelo MAM-RJ. Na coluna do *Correio da Manhã*¹², de 22 de maio de 1960, junto a uma foto de Olly trabalhando, seu endereço foi divulgado como garantia de acesso dessa elite à artista e seu trabalho.

Em 1961, Olly participou de nova individual no Museu de Arte Moderna da Bahia, em Salvador. O jornal *Correio da Manhã*, do Rio de Janeiro, divulgou o certame em sua coluna Itinerário das Artes Plásticas, escrita por Jayme Maurício. Em Salvador, ficou hospedada na casa de Odorico Tavares (1912-1980), jornalista, escritor, poeta e colecionador de

12

O *Correio da Manhã*, jornal matutino carioca, fundado por Edmundo Bittencourt, foi um dos mais importantes órgãos da imprensa brasileira. Circulou de 15 de junho de 1901 a 8 de julho de 1974. Até a década de 1950, “os jornais tinham posições ideológicas e políticas claras e defendidas com paixão, fator que contribuía para a demarcação da identidade do veículo e segmentava o público leitor” (ASSIS, 2009). A partir da década de 1960, “a televisão começa a se estabelecer no Brasil como o veículo de comunicação hegemônico que é hoje, e os anunciantes a acompanham” (ASSIS, 2009). Começou então a decadência desse periódico.

arte pernambucano que apoiou a criação do Museu de Arte Moderna da Bahia, projetado e dirigido pela arquiteta Lina Bo Bardi (1914-1992).

Tavares mudou-se para Salvador em 1942, a convite de Assis Chateaubriand (1892-1968), para dirigir a rede dos Diários Associados da Bahia, da qual faziam parte o jornal vespertino *O Estado da Bahia*, a Rádio Sociedade e o *Diário de Notícias*. Neste último, era o responsável pela direção do suplemento cultural do jornal, editado semanalmente.

Em 5 e 6 de fevereiro, a exposição foi divulgada em nota no *Diário de Notícias* (GUERRA, 1961). Era a primeira reportagem que comentava sobre sua origem alemã e a migração. O Brasil foi apresentado como um marco de sua relação com as cores e a natureza e a expositora como “famosa internacionalmente”, apesar de ainda não ter feito nenhuma exposição fora do Brasil. O país aparece assim como o espaço simbólico que propiciava uma transformação em sua sensibilidade a partir das cores e da natureza local. Para Marilena Chauí, faz parte do imaginário dos brasileiros a representação simbólico-ideológica da natureza como um mito fundador da sociedade brasileira, na qual o Estado se institui a partir da criação divina, a Natureza (CHAUÍ, 2000). Luiz Fernando Dias Duarte, por sua vez, engloba moda, arquitetura, urbanismo, paisagismo, jardinística, decoração de interiores, mobiliária, cenografia, artes gráficas, *design*, joalheria, cosmética e culinária no que denomina “artes ambientais”, chamando atenção para uma estratégia conceitual e sensorial de colocação do mundo em “paisagem” como forma de organização da percepção do mundo envolvente por parte da cultura ocidental moderna (DUARTE, 2013). Como as cores foram uma forma de distinção do trabalho de Olly, sua relação com a natureza e as cores do Brasil era frequentemente ressaltada e poderia ser interpretada tanto como forma de vinculação de seu pertencimento ao Brasil, à moda de Marilena Chauí, como à cultura ocidental moderna, à luz de Dias Duarte. Ou ainda, como uma forma de inserção do Brasil na cultura ocidental, por meio da produção de Olly.

O artigo exaltava também as técnicas de criação dos tecidos expostos: pintura direta sobre o pano e xilogravura. A xilogravura é uma técnica de entalhe na madeira usada como matriz para reprodução do que fica em alto relevo, geralmente sobre papel. É a técnica por excelência da

literatura de cordel, que compõe parte do acervo de Olly com exemplares de matrizes em madeira e livretos. Algumas matrizes foram usadas para a criação de estampas em tecido na confecção de vestimentas, em período posterior. Aqui, a ênfase nas técnicas artesanais aparecia como forma de ressaltar a dimensão de *raridade* do que estava em exposição no MAM. Os textos enfatizavam se tratar de criações únicas, e não reproduções pensadas para a escala industrial. Essas criações eram feitas com tintas preparadas pela própria artista, baseando-se em técnicas referidas ao *artesanato* como fazer manual.

Em 19 e 20 de fevereiro do mesmo ano, uma coluna no *Diário de Notícias* discorria sobre a pintura alemã através do século (BANDMAN, 1961). A foto que ilustrava a reportagem era de tecidos de Olly. O artigo falava da “internacionalização da linguagem da arte”, que, apesar de estar fundada na “individualidade de cada artista, ou ainda as propensões específicas de cada temperamento nacional”, permitiam identificar diferenças entre os artistas. Os artistas alemães eram tratados como provenientes de uma totalidade cultural relacionada a um temperamento particular, à moda da Escola de Cultura e Personalidade norte-americana e à ideia de caráter nacional que ela introduziu no Brasil.¹³ Através de um artifício publicitário, o trabalho de Olly foi associado ao mesmo tempo à linguagem internacional da arte e às correntes artísticas alemãs da modernidade, enquanto sua própria *singularidade* era enaltecida. A *autenticidade* de Olly em relação aos seus patrícios deveria ser compreendida com base em sua ruptura com a Alemanha, ao se mudar para o Brasil, como sugerido na coluna do mesmo periódico, quinze dias antes.

No Rio de Janeiro, alguns dias depois, Clarival do Prado Valadares publicou nova coluna do *Correio da Manhã*: “A exposição de Olly Reinheimer, alemã brasileiríssima, que ao invés de telas e cartões, pinta tecidos de algodão, seda e linho para serem pendurados e vestidos” (VALADARES, 1961). Valadares chamava atenção para a forma como o MAM-BA apresentou os trabalhos, agrupando-os “em suas gamas cromáticas, em seus valores tonais, para obter uma ordenação plástica de finalidade decorativa excelente” (VALADARES, 1961). As fotos que ilustram as matérias até aqui apresentadas indicavam que as exposições mostravam apenas os

tecidos pintados, ainda não transformados em vestimentas. O tecido era então um suporte plano similar a uma tela sem moldura. Dessa forma, o caráter utilitário era obliterado em favor da qualidade estética dos objetos, por meio da forma de exibição.

Explicitava-se o espaço do museu como uma moldura que atribuía ainda mais valor ao que já fora valorizado pelos textos de Mário Pedrosa e Jayme Maurício: “o encantamento se processa às custas de duas intenções distintas: uma sendo a do próprio objeto em sua unidade; outra, provindo de seu uso como componente de uma situação decorativa em relação ao espaço arquitetônico interior” (VALADARES, 1961). O museu era o *enquadramento* (BELTING, 2006) que instituía o trabalho de Olly como arte. Uma indicação dessa categorização é sua presença como verbete em diversos dicionários de artes plásticas, ainda que seu nome não seja citado na história hegemônica da arte no Brasil.¹⁴

Capturado na encruzilhada da apreciação estética do singular e da produção artesanal para o consumo comum, Valadares acionou Herbert Read (*Art and Industry*, 1953) para argumentar que contra a padronização da indústria deve se “procurar novos padrões de natureza estética para os novos métodos da produção” (VALADARES, 1961).

Para Valadares, não se podia classificar o trabalho de Olly como “uma proposta para o chamado “desenho industrial”, conforme insinua[va] m alguns de seus críticos. In da [sic] mesmo que muitos de seus padrões sugeriram possibilidades de estamperia para tecelagem, nunca perderiam sua naturalidade de labor manual e, se fossem industrializados, seriam por conseguinte valores estéticos desnaturados” (VALADARES, 1961).

A ênfase no passado imemorial reaparece com a ressalva de que a utilização de elementos étnicos, pré-modernos ou paisagísticos não se dava através da figuração: “Seus motivos são quase sempre ressonâncias paisagísticas, porém conduzidos para um abstracionismo de espontânea organização geometricista como daquele que acompanha o homem desde a sua passagem neolítica” (VALADARES, 1961), o que naquele período indicava ainda maior atribuição de valor ao trabalho da artista.

14

Olly é citada nas seguintes publicações: Roberto Pontual, *Dicionário das Artes Plásticas no Brasil*. Civilização Brasileira, 1969; Walmir Ayala, *Dicionário de Pintores Brasileiros*. UFPR, Curitiba, 1997; José Roberto Teixeira Leite, *Dicionário Crítico da Pintura no Brasil*. Artlivre, RJ, 1988; Marisa Álvarez Lima, *Marginália – arte e cultura na idade da pedrada*. Salamandra, RJ, 1996; Rita Cáurio, *Artêxtil no Brasil: viagem pelo mundo da tapeçaria*. Editado pela Autora, RJ, 1985, e Frederico Moraes, *Cronologia das Artes Plásticas no Rio de Janeiro 1816-1994*. RJ, Topbooks, 1995.

“O peso está na cor”¹⁵

Em 1962, a artista expôs no Instituto de Arte Contemporânea de Lima, Peru, patrocinada pela Divisão Cultural das Relações Exteriores do Brasil. No catálogo, Marc Bertkowitz acionou mais uma vez *tradição* e *primitivismo* como legitimadores da produção de Olly: “Os tecidos de Olly representam uma tradição milenar, transposta às necessidades e ao gosto de nossa época. O artesanato continua com a tradição, a artista cria algo novo”. (BERKOWITZ, 1962)

O valor do trabalho de Olly foi construído por meio da explicitação de seu investimento artístico em termos de uma *singularidade* que se construiu através das técnicas “*antigas e novas*” aprendidas ou inventadas pela artista e pela *autenticidade* de sua produção:

Olly possui amor à pesquisa, vontade de procurar sempre novos meios de expressão e realização. Assim ela dominou os segredos da cerâmica, à qual se dedicou durante algum tempo. Estudou pintura e aspectos teóricos das artes plásticas. Finalmente se encontrou nos tecidos pintados. Foram experiências sem fim com as tintas mais diversas, com algodões, sedas e outros tecidos. E pouco a pouco todo esse trabalho e toda essa inquietude resultaram em algo que já podemos chamar de estilo próprio. Essa mescla de tradição, de criação de pesquisa, até de “*industrial design*”, se fundiu, se transformou em unidade de expressão, em personalidade artística, em fim, em estilo. (BERKOWITZ, 1962) (Figura 3)



Figura 3

Pela primeira vez é mencionado um estilo para a artista. Nathalie Heinrich fala da particularização dos artistas como um processo duplo – artístico pelo estilo e biográfico pela pessoa (HEINICH, 1991). A biografia de Olly já vinha sendo forjada com sua origem alemã e a ruptura que sua chegada ao Brasil teria ocasionado, instituindo cores e temas relacionados à paisagem, à cultura material de povos ancestrais e à cultura popular. Berkowitz agora completava o processo de particularização, instituindo para ela um *estilo*, que frequentemente era referido ao colorido usado por Olly.

O rápido reconhecimento de Olly, contraditório com a ideologia do artista moderno (HEINICH, 1991), pode ser compreendido em parte a partir do interesse dos atores sociais que compunham o campo artístico em formação no Rio de Janeiro. Havia a intenção de apresentar resultados da reformulação do papel do museu como centro de formação estética e dos

valores atribuídos à criação artística, com base numa linguagem de *ruptura* e *inspiração*. Particularmente do MAM-RJ, que se constituía na capital federal como o primeiro museu de arte moderna por oposição à instância consagrada de legitimação, representada pelo MNBA. Mas também dos outros museus modernos que estavam sendo inaugurados no Brasil do período.¹⁶

O discurso de formação de um estilo assim se configurava como a consagração tanto da própria artista e seu trabalho, como da instituição em sua capacidade de oferecer cursos de formação para a construção de uma modernidade industrial, com qualidade estética. No auge das disputas entre figuração e abstração, Olly não passou pela indiferença e marginalidade atribuída aos artistas modernos antes de terem suas propostas *inovadoras* reconhecidas. Logo no segundo ano de sua participação no MAM, já expunha no próprio museu seus tecidos pintados, classificados pelos críticos consagrados do período como obras de arte.

No catálogo da exposição de 1962, Berkowitz constituiu para Olly um espaço no panteão de artistas consagrados:

em seus tecidos, Olly não se atém a correntes estéticas, nem trata de fazer uma transposição da pintura. Os tecidos “funcionam” como entidades autônomas-abstratas, figurativas, por vezes “tachistas”, em outras ocasiões mais geometrizes. Mas, sempre cumprindo suas funções de tecidos, e sendo sempre reflexos da personalidade criadora de Olly (BERKOWITZ, 1962).

O crítico cria assim um espaço hermenêutico no qual as obras suscitam relações que inserem suas particularidades em conjuntos mais gerais pertencentes à história consagrada da arte, criando uma relação da artista com movimentos da arte moderna.

Nesse mesmo ano, 1962, Olly esteve em Lima, Peru, para um curso na Escola Nacional de Belas Artes do Peru, sobre têxteis pintados à mão (Elespuru, 1963), e expôs seus trabalhos no Instituto de Arte Contemporâneo de Lima. No ano seguinte, voltou à cidade para outra exposição, dessa vez no The Art Center. A exposição de 1963 foi apoiada pela embaixada do Brasil, no Peru, e o adido cultural à época dessa exposição, Miguel Alves de Lima¹⁷, exaltou no catálogo a admiração de Olly por “tudo que é grandioso

16

O MAM do Rio de Janeiro foi inaugurado em 1949; o da Bahia, em 1959, passando a funcionar efetivamente em janeiro de 1960; e o MASP foi fundado em 1947.

17

Adido Cultural do Brasil no Peru, 1962 a 1965.

Moda como arte: a trajetória e a obra de Olly
no Rio de Janeiro nos anos 1960 e 1970
Patrícia Reinheimer

que existe nas culturas antigas desse país” como “inspiração” de sua obra. Lima argumentou não ser necessário apresentar a artista, haja vista ser ela “conhecida demais” (LIMA, 1963). Ainda que seja possível interpretar esse discurso como uma forma de engrandecer a artista brasileira diante dos peruanos e justificar seu patrocínio, o apoio da embaixada à sua exposição indicava a rapidez de seu reconhecimento (Figura 4).



Figura 4

Não há registros de que tenha realizado exposições nos anos 1964 e 1965, o que talvez possa ser explicado por terem sido anos politicamente conturbados. Entretanto, esteve ativa, já que seu currículo menciona trabalhos para cinema e teatro feitos em 1966. No final desse ano, realizou uma exposição no Museu de Arte de São Paulo (MASP)¹⁸. Dessa vez, expôs suas criações de vestuário e não mais somente tecidos.

O artigo intitulado: Moda agora é no museu (DSP, 1966) apresentou a foto de um vestido que, de costas, parece uma saia e blusa falando de um desfile no qual “o público terá a oportunidade de apreciar os quimonos, pareôs, panneaux, tangas, kaftan, cujos desenhos foram inspirados em

18

O MASP foi fundado por Assis Chateaubriand (1892-1968), com a ajuda de Pietro Maria Bardi (1900-1999), marido de Lina Bo Bardi, diretora do MAM-BA, e teve como diretor Mário Pedrosa, entre 1961 e 1963.

Moda como arte: a trajetória e a obra de Olly
no Rio de Janeiro nos anos 1960 e 1970
Patrícia Reinheimer

motivos peruanos". Em outra foto, a coluna chamou atenção para o fato da peça de vestuário ser versátil, podendo se transformar "em vestido, pareô ou xale". Esse tipo de versatilidade rompia não com os cânones da *arte*, mas com as convenções da *moda*.

Em um recorte de jornal de 1959, onde a artista está à frente de seus tecidos pintados, expostos na Galeria Ambiente, no Rio de Janeiro, ela é vista trajando um vestido feito com tecido de sua criação. O modelo seguia as tendências de uma moda comercial, constituindo-se de uma parte de cima como uma blusa reta, com gola canoa e mangas três quartos e uma saia godê, abaixo do joelho. Já a foto ilustrando o artigo de 1966 apresentava um retângulo em algodão (provavelmente, creme) com uma estampa que tomava quase toda a frente, deixando apenas uma borda sem pintura, como se fosse um *passepartou*, uma moldura. Para fora desse retângulo, vemos apenas os pés, a cabeça e os braços da modelo. Ela está à frente do que parece ser uma parede ou um enorme quadro com linhas verticais paralelas. A modelo tem as pernas e os braços abertos, deixando ver o formato retangular do traje (Figura 5).

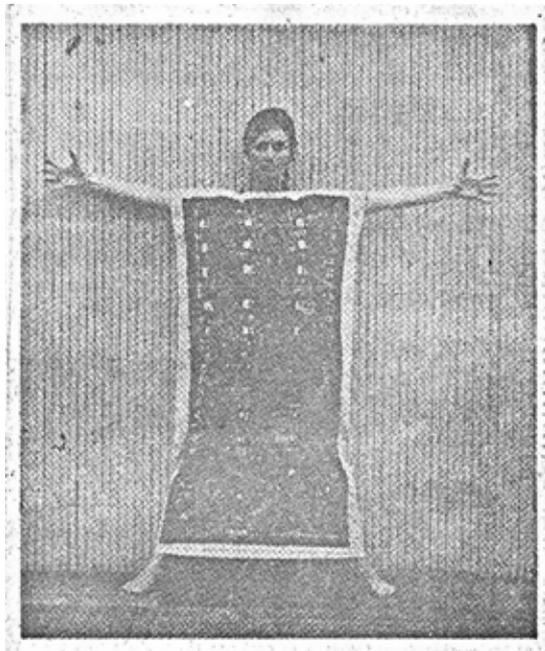


Figura 5

Moda como arte: a trajetória e a obra de Olly
no Rio de Janeiro nos anos 1960 e 1970
Patrícia Reinheimer

Seus modelos desafiavam tanto as convenções estéticas que envolviam a criação de roupas, fundada em geral na *haute couture*, como as convenções concernentes ao gênero. Na Figura 6, vemos um dos modelos apresentados na exposição, vestido por um rapaz. Tratava-se do que parece ser uma saia, ou pareô. O artigo avisava:

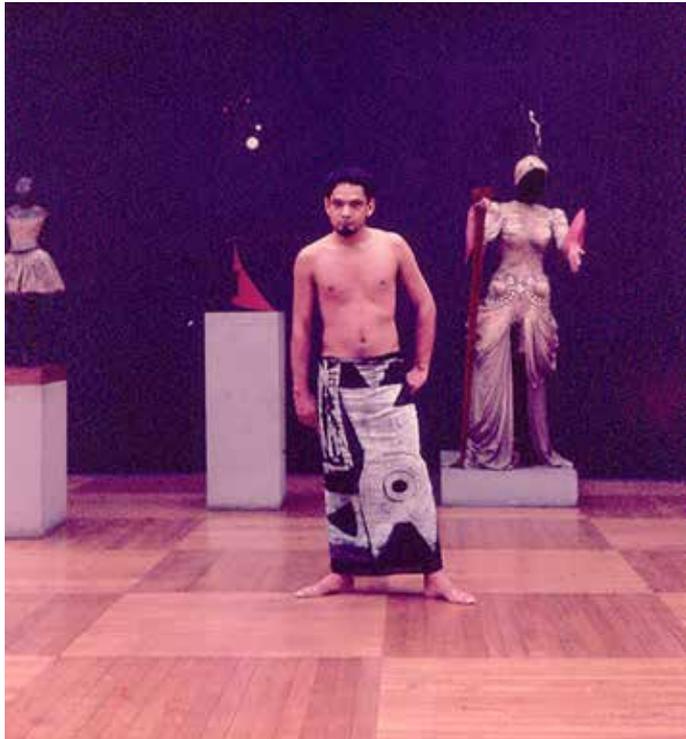


Figura 6

Quem estiver no Museu de Arte de São Paulo a partir de hoje às 21 horas verá algo inédito naquele local: um desfile de modas. Uma moça e um rapaz mostrarão novas concepções sobre tecido. Mas o desfile não objetiva propriamente impor moda, e sim evidenciar as pinturas sobre tecidos, criados por Olly, artista que vive no Rio. (DSP, 1966)

Ainda segundo o artigo, as roupas eram inspiradas em "motivos ou objetos pré-colombianos", como sugestão de um diretor de museu

arqueológico. A influência na arte, que antes vinha dos literatos, passava a vir de outros agentes sociais. Na década de 1970, Olly foi à Europa e visitou diversos sítios arqueológicos. No Brasil, foi a Sete Cidades, no Piauí, onde se interessou pela pintura rupestre brasileira.

A artista ressaltou seu interesse por diversas “coisas chinesas, persas, egípcias etc.”, argumentando que suas “inspirações” vinham de coisas “vivas, assimiladas”. As civilizações antigas são chamadas a legitimar seu trabalho, englobando-o em um processo de construção de si por meio do recurso a elementos de grupos tradicionais principalmente, mas não exclusivamente, regionais, brasileiros e latino-americanos. A cultura material dos grupos regionais (brasileiros e latino-americanos), assim como a ideia de campesinato (presente no recurso aos camponeses poloneses como referência para uma de suas coleções) têm relação com a simbologia nacional brasileira, assim como de diversos outros países.¹⁹

No caso brasileiro, o nacionalismo expresso no modernismo artístico usou o passado (que podia estar referido à arquitetura colonial ou barroca, ao folclore ou aos povos indígenas) como forma de construção dos símbolos nacionais, principalmente pela pintura, arquitetura e literatura. Estes foram recursos de construção de uma totalidade imaginada como nacional, constituindo um “patrimônio nacional” através de objetos monumentalizados (COHN, 1986). O romantismo alemão expresso no “espírito do povo”, de que falara Herder (MATA e MATA, 2006), permeia o trabalho de Olly, apontando para o Brasil como escolha da artista, que parecia abrir mão do pertencimento à nacionalidade alemã.

Tal escolha era racionalizada pelo casal em termos de uma oposição à militarização alemã como se depreende de um artigo escrito por Werner Reinheimer, em 1983, a um jornal de Pforzeim²⁰. Werner escreveu sobre sua chegada ao Brasil, em 1935. Após 44 anos de convívio, esse artigo pode ser considerado como uma construção conjunta do casal, visto que as memórias da experiência de cada um já tinham sido compartilhadas a ponto de se fundirem em sentimentos comuns. Portanto, com base nesse artigo, talvez seja possível pensar como os dois atualizavam quase quarenta anos depois a memória de sua chegada ao Brasil.

19

Cf. Thomas, 1991 e 1999 e Mayhall, 2005, por exemplo.

20

Cidade da Floresta Negra alemã, onde nasceu Werner, em 1912.

Moda como arte: a trajetória e a obra de Olly
no Rio de Janeiro nos anos 1960 e 1970
Patrícia Reinheimer

Segundo Werner, após longas semanas em um navio, fugindo de uma situação caótica, deparou-se com um lugar onde tudo era diferente. As pessoas “tinham tempo para uma brincadeira”; a música, produzida através do batucar em caixas de fósforos, era presença constante; “as meninas e mulheres não marchavam, elas se locomoviam quase dançando”; as cores eram vivas e ninguém tinha “vergonha de (...) vesti-las”. Uma época em que o “Rio era uma cidade grande, mas não uma metrópole que suga as pessoas do campo em sua nova função, (...) bem antes de começar a especulação imobiliária” (REINHEIMER, 1983).

Esse encontro com a nova paisagem natural e social aparecia na pesquisa plástica de Olly, como apontado por Frederico Moraes (1999):

Como ela era alemã, ela foi atraída inicialmente por uma certa primitividade, um pouco da visão do europeu que se encanta com o trópico. O Brasil foi um ponto de partida para uma ampliação em termos de América Latina. Eu acho que foi uma visão que foi além da superfície e a prova disso seria o próprio trabalho dela...²¹

Sérgio Campos Mello²² menciona ainda como isso aparecia na construção cotidiana de si ao repetir uma anedota comum na fala de e sobre migrantes:

Apesar dela ter aquele sotaque carregado, ela era muito mais chegada a isso aqui do que a qualquer outro país. Eu me lembro que uma vez um amigo meu perguntou:
— ... Mas você é de onde?
— Eu sou brasileira ! (imitando o sotaque de Olly)
— Sim, mas você nasceu aonde? E ela disse:
— Escuta aqui, eu sou muito mais brasileira que você. Eu escolhi esse país, você nasceu aqui por acaso.
Essa era a maneira dela de afirmar sua posição e seu apego pelo Brasil.

Pensando na maneira como Simmel (2008) usa a moda para refletir sobre o processo de diferenciação e identificação, as roupas de Olly diferenciavam não somente quem as vestia em relação aos outros e as pessoas

21

Entrevista concedida à autora em 7 de março de 1999 (REINHEIMER, 1999).

22

Entrevista concedida à autora em 14 de agosto de 1998. Essa entrevista (REINHEIMER, 1999).

entre si na construção de individualidades, mas também a própria artista. O vestuário poderia assim ser percebido como um ator social (Appadurai, 1990) a partir do qual pode se analisar o contexto social, perceber os valores e as discussões suscitadas e as influências na interação com as pessoas.

Em 1967, Olly expôs na *Petite Galerie*²³, no Rio de Janeiro, e recebeu uma encomenda por parte do Ministério das Relações Exteriores do Brasil de toalhas para o banquete de recepção ao Príncipe Real do Japão, em Brasília. Em 1968, lançou uma coleção de pentes de madeira, noticiada no *Jornal do Brasil*. Uma foto dos pentes produzidos pela artista falava do desaparecimento destes uma vez inventada a escova com fios sintéticos e seu ressurgimento com o cabeleireiro francês Roger Para, que estivera no Brasil, em 1963. A matéria fez referência ao lançamento de pentes coloridos em acrílico pelo “filósofo da moda” Paco Rabanne, inspirado em modelos espanhóis. Depois dessa introdução, apresentou os pentes de madeira criados por Olly que “servem realmente para pentear – e ficam associados logo às antigas madeixas – ou para decoração” (JB, 1968).

Nesse mesmo ano, produziu também roupas para teatro. Um artigo do *Jornal do Brasil* informou sobre o figurino feito por Olly para a peça *Stanislaw Ponte Preta e o Sexo Zangado*, de Sérgio Porto e Max Frish, com Marco Nanini, apresentada no miniteatro, do Rio de Janeiro. A peça foi dirigida por Wagner Seixas Melo, tendo como principal ator, Amandio e cenário de Ilo Krugli. Nesse mesmo artigo, a artista mencionou um trabalho do ano anterior para as atrizes da peça *Meia Volta Volver*, mas argumentou que esse trabalho era diferente, pois “é a primeira vez que minhas roupas entram como um dos elementos de uma linguagem cênica” (Olly apud JB, 1968a). Considerava suas roupas como personagens próprios, e para eles designava nomes como: *O gato, Sapó Cururu, A cobra*, etc.

Olly é uma festa²⁴

Em 1969, seu trabalho foi apresentado no MAM-RJ em um “*happening*” (CM, 1969) com ambientação de Pedro Sayad²⁵, projeção

23

A *Petite Galerie* foi inaugurada em 1953, pelo pintor Mario Agostinelli (1915-2000), e batizada como tal em função de seu espaço reduzido. Em 1954, foi adquirida pelo italiano Franco Terranova (1923), que veio para o Brasil em 1947, após a Segunda Guerra Mundial. Nos anos 60, passou a funcionar na Praça General Osório, no bairro de Ipanema, tornando-se ponto de encontro de intelectuais e artistas, além de espaço para divulgação da arte contemporânea (EAV, 2013b).

24

Titulo de artigo de Marc Berkowitz sobre a artista, novembro de 1974. Não se sabe em que periódico esse texto foi publicado. O acervo da artista contém o artigo datilografado e datado, mas sem referência de finalidade.

25

Carioca, nascido em 1948, foi figurinista, cenógrafo e diretor de arte de teatro, televisão, publicidade e cinema.

Moda como arte: a trajetória e a obra de Olly
no Rio de Janeiro nos anos 1960 e 1970
Patrícia Reinheimer

de slides de David Drew Zingg²⁶, jóias de Pedro Correia de Araújo²⁷, música eletrônica de Rogério Coimbra e coordenação geral de Karl Heinz Bergmiller²⁸. Segundo o artigo do *Correio da Manhã*, a dinâmica de cor, movimento, som e luz funcionou para “dar realce ao talento da artista” (CM, 1969). A exposição foi patrocinada pelo Itamarati.

Precisamente no governo de Emílio Garrastazu Médici, entre 1969 e 1973, houve o recrudescimento da ditadura civil-militar, e o país ingressou no chamado “anos de chumbo”. Vigorava então o slogan “Brasil, ame-o ou deixe-o”. Os ataques da resistência ao governo autoritário eram respondidos com violência e censura. A produção de Olly parecia descolada do contexto social.

Reinaldo Roels (1993) analisou a produção do período, justificando a ausência de atitudes críticas nesse período:

...com a situação interna cada vez mais impermeável, (...) a saída foi a meia voz e as meias palavras, para evitar a intervenção direta (que chegou a haver). Oculto na maior parte das vezes sob o hermetismo da arte conceitual ou o ascetismo da minimal, em que tudo ficava limitado a poucos gestos e poucas afirmações, o discurso da arte tomava um rumo novo e de certa maneira esperado, sob as novas condições: o rumo do possível. Tornava-se impertinente, a partir daí, discutir o modo pelo qual a arte poderia se engajar no processo de transformação da sociedade brasileira em direção à justiça social. O debate estava censurado a priori e cabia aos artistas continuar lutando para fazer arte – ou fazendo arte para continuar lutando...

Olly compartilhava o posicionamento político de seu marido e uma rede de relações envolvida nos movimentos de resistência e crítica ao *status quo*. Mesmo não tendo ainda comprovado qualquer filiação político partidária de Werner²⁹, a proximidade do casal com as ideias socialistas e a oposição ao regime autoritário era comentada entre a família³⁰ e também pode ser depreendida da relação do casal com personalidades como Darcy Ribeiro, Jorge Amado, Adão Pereira Nunes, Miguel Arraes, Leonel Brizola, entre outros.

26

“David Drew Zingg nasceu em Montclair, Nova Jersey, nos Estados Unidos, em 14 de dezembro de 1923. Estudou na Columbia University, onde posteriormente lecionou jornalismo. Foi repórter e fotógrafo da revista *Look* e também trabalhou para outras publicações norte-americanas, como *Life*, *Esquire*, *Vogue*, entre outras. Em 1959, desembarcou no Rio de Janeiro como integrante da equipe do veleiro Ondine na corrida oceânica Buenos Aires-Rio, da qual ele também fez a cobertura para *Life* e *Sports Illustrated*. Encantado com o país, começou a viajar frequentemente entre Nova York e Brasil. Seus registros de acontecimentos nacionais, incluindo a construção de Brasília, foram publicados em várias revistas americanas e britânicas. Esteve presente na estreia do show: *O encontro*, que reuniu em 1962, na boate Au Bon Gourmet, no Rio, Tom Jobim, Vinícius de Moraes, João Gilberto e Os Cariocas. Ainda em 1962, contribuiu para a organização do histórico concerto de bossa nova no Carnegie Hall, em Nova York. Colaborou com as revistas *Manchete*, *Veja*, *Realidade*, *Cláudia* e com os principais diários brasileiros” (IMS, 2013, p.).

27

“Pedro Luiz Correia de Araújo (Paris, França, 1874 - Rio de Janeiro, RJ, 1955). Pintor e desenhista. Formado em Direito no Recife, retorna a Paris, por volta de 1917, para estudar arte, mas não se adapta à disciplina acadêmica e torna-se autodidata. Frequenta grupos de vanguarda parisienses e conhece artistas como Pablo Picasso, Fernand Léger, Juan Gris, Diego Rivera, Henri Matisse. Na mesma época, assume a direção da Academia Ranson, no lugar de Maurice Denis, convocado para o serviço militar. Em 1918, funda sua própria academia em Paris. Em 1929, retorna definitivamente ao Brasil, fixando-se no Rio de Janeiro, onde conhece Candido Portinari, Guignard, Di Cavalcanti, Lucio Costa, Cicero Dias, Manuel Bandeira, Aníbal Machado, Ismael Nery. Leciona pintura em seu ateliê e no Instituto de Arte da Universidade do Distrito Federal. Publica artigos, sob pseudônimo, a respeito de arte e estética no jornal carioca *Correio da Manhã*. Nunca expôs individualmente” (EAV, 2013a).

Por um lado, é possível compreender a aparência de neutralidade política da sua produção devido à crença na ideologia da “arte pela arte”. Por outro, o fato de ter vivido no Brasil a experiência de uma “Campanha de nacionalização” que considerava os estrangeiros como cidadãos de segunda classe (SEYFERTH, 1994) e a ameaça militar (GERALDO, 2009), somada à sua origem alemã e judia, provavelmente contribuíam para uma alienação estratégica por parte de uma artista que já alcançara um grau de reconhecimento considerável na produção de uma indumentária voltada majoritariamente para a elite.³¹

Nessa exposição, foi apresentada ao público uma série de roupas divididas “em três coleções: 1) roupas inspiradas em pássaros, flores e luz tropicais; 3) vestidos comuns, não pintados, mas aproveitando material nativo do Brasil, como caramujos, casca de bananeiras, etc.; 4) motivos Carajá, em tecido rústico e cores terrosas” (JB, 1969), inspiradas nas pinturas corporais daquele grupo indígena. Suas criações ficavam mais ousadas em termos formais e as novas referências reforçam a interpretação de uma construção de pertencimento à cultura brasileira, assim como facilitava a continuidade de sua produção ao longo do período autoritário.

Ainda que a exposição tenha contado com notas em diferentes jornais do Rio de Janeiro - *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *O jornal*, *O Dia* e *Última Hora* – não houve muita divulgação. A proposta de Olly parecia ultrapassar a abrangência das classificações existentes e assim, no catálogo da exposição, Mark Berkowitz cunhou um novo termo para classificar sua produção: *Vestido-objeto* (Figura 7). Em 1974, o crítico inventou ainda outra palavra para designar o trabalho da artista: “*roupas-tapeçarias-quadros-fantasia*”³² (BERKOWITZ, 1974).

28

Nascido na cidade de Bad Tölz, na Alemanha, em 1928, estudou em Ulm entre 1951 e 1953. Entre 1956 e 1958 trabalhou com Max Bill, seu instrutor. Chegou ao Brasil em 1959, com uma bolsa do governo brasileiro, instalando-se em São Paulo. Em 1963, participou da instituição da ESDI, onde lecionou até 1998. Em 1967, mudou-se para o Rio e começou a trabalhar no MAM, onde estruturou o Instituto de Desenho Industrial (IDI-MAM), em 1968. Nesse ano, organizou junto com Norman Westwater a representação inglesa da primeira bienal de design do Rio de Janeiro, a *Desenho Industrial 68*.

29

A pesquisa anterior, à qual estou dando continuidade agora, tratou apenas da trajetória de Olly, pouco investigando sobre Werner.

30

É importante notar que sou neta do casal, com o qual convivi intensamente até os 19 anos, quando Olly faleceu vítima de um acidente vascular cerebral, em 1986.

31

Parece relevante que ao filho único do casal e a seus netos não tenha sido ensinado o idioma alemão.

32

Os hífens foram utilizados para facilitar a leitura da palavra. No original, escrita da seguinte forma *roupastapeçariasquadrosfantasia*, a palavra se assemelha aos novos substantivos alemães que são formados pela união de diversas substantivos conhecidos.

Moda como arte: a trajetória e a obra de Olly
no Rio de Janeiro nos anos 1960 e 1970
Patrícia Reinheimer



Figura 7

Se, por um lado, tal designação indicava o ápice do trabalho de Olly – sua exposição, que circulou também por São Paulo e Brasília, foi eleita por Marc Berkowitz e Frederico de Moraes como uma das dez exposições de maior importância no Rio de Janeiro³³ (Figura 8). Por outro lado, a artista se distanciava das artes plásticas e se voltava, cada vez mais, para a moda e a decoração. A autoatribuição profissional de Olly havia mudado. Seu discurso agora era o de uma estilista de moda: “a confecção brasileira é boa, bonita e bem feita” – explicou Olly. “Pode concorrer com qualquer tipo de manufatura estrangeira. Temos ótimos desenhistas, os nossos tecidos são bons e bonitos. Portanto, creio ter chegado a hora de não estremecer mais diante das etiquetas estrangeiras” (Olly *apud* CM, 7/8/69). A modernidade industrial continuava um tema de interesse do campo

33

Jornal do Brasil. 28 de dezembro de 1974. Documento, n. 73.

artístico, mas agora interessava também ao regime ditatorial e à lógica do mercado que impunha o consumo como instância de aferição da relevância dos produtos culturais.



Figura 8

Em seu trabalho, Olly orientava-se muito pelo mercado. Nesse sentido, sua relação com a arte tinha uma característica fortemente artesanal, na qual a artista atribuía à venda, significação de valor e *status*.

Nas épocas em que a procura por suas roupas diminuía, a artista tornava-se irrequieta e insatisfeita. Nesse sentido, a venda era para ela uma forma importante de reconhecimento do valor de seu trabalho.

Sua pesquisa, era então orientada muito mais por uma necessidade de reconhecimento imediato do que por uma pesquisa plástica que a

projetasse para um futuro incerto. Ao mesmo tempo, a artista reclamava sua falta de capacidade de lidar com a parte comercial de sua arte. Olly comparava seu trabalho aos processos medievais, pois por meio dele, revivia técnicas manuais, no seu entender, potencialmente capazes de transformar o homem em um ser, outra vez, "...íntegro, livre da tirania das máquinas" (Olly *apud* CP, 1978).

Muito mais voltada para seus processos internos, sua recusa em fazer uso da produção em série, apesar de transitar livremente entre a artesanaria e a arte, parecia intimamente ligada ao valor que esse processo criador representava em detrimento do produto final. Olly possuía um processo criativo peculiar. Enquanto a maioria dos artistas via na tela o objetivo final da pintura e, para chegar a ela, realizava croquis e rascunhos, Olly via a tela como o rascunho para seu trabalho final: a roupa. A indumentária era assim elevada a um nível superior ao da pintura. (Figuras 9 e 10)



Figura 9



Figura 10

Os críticos criaram, desde as primeiras exposições, um enigma (HEINICH, 1991)³⁴ em torno de Olly, relacionado à classificação de sua produção que não cabia exatamente na ideia de “desenho industrial”, nem de *moda* ou *artesanato*. A dificuldade de classificação é constitutiva dos cânones da arte moderna. A transgressão das fronteiras demarcadoras dessas três categorias trazia-as à tona e as tornava visíveis, dimensão essencial do processo de reiteração dos valores artísticos consagrados no começo do século XX (HEINICH, 1993). Daí o reconhecimento por parte dos museus brasileiros e estrangeiros de arte moderna em relação à possibilidade de sua produção ser ali exposta.

Daí vemos as referências ao *design*, à *moda*, à indústria: “conseguir originalidade em meio aos inumeráveis mestres que a indústria pesada desenvolveu já é tarefa bem difícil. Ela a alcança pois, com um dos ideais da Bauhaus: embelezar os utensílios ou produtos cotidianos” (Sem autoria, 1962). Entretanto, o critério dos valores raros deveria ser reinventado de tempos em tempos para que a criação individualizada fosse reiterada na ruptura constante com os cânones através de novas formas de fazer arte. Olly, no entanto, deu continuidade às suas pesquisas com vestuário. Assim, ainda que seu trabalho continuasse sendo tratado como produção artística,

34

Para tratar de Van Gogh, Heinich fala da suposição de um enigma que deve ser desvendado por um trabalho hermenêutico realizado por críticos, historiadores, antropólogos, etc. Em matéria artística, uma obra supõe a pré-existência de um enigma que deve ser desvelado pelo trabalho hermenêutico: o enigma pode ser relacionado à sua grandeza, novidade, sentido, de seu autor, ou origem. A ideia de um enigma a ser desvendado instaura um trabalho hermenêutico potencialmente interminável. Esse teria sido o fundamento do trabalho de atribuição desenvolvido no fim do século XIX: “O enigma não cessa de existir somente de interessar”, seja por ser resolvido ou simplesmente abandonado: do sorriso da Gioconda à identidade da Mona Lisa. O “enigma do gênio” de Van Gogh foi relacionado por diferentes críticos ao enigma da estranheza de sua pintura, seu mistério, sua loucura.

a ênfase passou a ser no caráter de ruptura com a *moda*, e não mais com a produção artística moderna.

Excetuando Mário Pedrosa, os críticos que escreveram sobre Olly estavam mais próximos da “opinião pública” do que da crítica especializada, cujo papel na modernidade é em parte a descoberta do talento inédito, mais do que na confirmação dos cânones. Ainda assim, o fato de ter feito cursos no MAM-RJ com artistas reconhecidos em um momento no qual o museu lutava para se estabelecer como um espaço de consagração no campo artístico carioca e, sobretudo, brasileiro, e ainda usar linguagem e recursos condizentes com esse objetivo, contribuiu para que sua produção fosse exposta não somente naquele museu, como em várias outras instâncias de reconhecimento.

Afora isso, Olly ingressou em uma rede de relações cujos agentes detinham as condições e tinham interesse na instituição dos novos valores artísticos. Mario Pedrosa foi o protagonista do *affair* (CLAVERIE, 1994) que até principalmente o começo da década de 1960 retirou do artista o papel de representante de uma nacionalidade ou classe social, atribuindo legitimidade a noções, como: *autenticidade, singularidade, criatividade, espontaneidade, sensibilidade*, formas de tornar o indivíduo o eixo central em torno do qual constituir o fenômeno artístico. Essa militância, Mario Pedrosa tinha exercitado no *Correio da Manhã*, periódico no qual encontramos a maior parte das colunas sobre Olly. O *Correio da Manhã* foi dirigido, a partir de 1963-1965, por Niomar Muniz Sodré, diretora do MAM-RJ, entre 1952 e 1958.³⁵

O debate empreendido por Pedrosa na imprensa foi importante para a repercussão dos novos valores e apoio aos novos museus de arte moderna do Rio, Bahia e São Paulo. O museu de São Paulo, MASP, foi fundado por Assis Chateaubriand; este, um dos homens públicos mais influentes do Brasil entre as décadas de 1940 e 1960, proprietário da maior cadeia de imprensa do País: os *Diários Associados*. Odorico Tavares trabalhava para Chateaubriand e apoiava o MAM-BA, dirigido por Lina Bo Bardi, mulher de Pietro Maria Bardi, que havia contribuído com Chateaubriand na fundação do MASP. Esses são apenas alguns dos atores da rede da qual participou a artista, na hora certa, com uma linguagem plástica condizente.

Moda como arte: a trajetória e a obra de Olly
no Rio de Janeiro nos anos 1960 e 1970
Patrícia Reinheimer

Portanto, fica mais claro por que ela não passou pelo período de indiferença aos marginais, por sua vez, transformada em atenção e admiração graças à constituição de um conjunto de obras e de um estilo. O movimento de construção de sua reputação passou pelos temas e etapas instituídas pelos valores artísticos do período. Os textos sobre sua produção, em geral, falam do tema da pintura (primitivos, populares, arqueológicos Figuras 11 e 12), da técnica de execução (tradicionais ou inventadas e aprimoradas pela artista), mas falam pouco da pessoa da artista, emitindo julgamentos de valor sobre seu trabalho (ambivalentes a partir da conotação positiva dada à autenticidade da técnica e da singularidade das obras, ou negativa quando trata da produção em série, para fins industriais).



Figura 11



Figura 12

Olly foi assim apresentada ao público visitante de museus com uma crítica ancorada na descrição formal, como também no conteúdo ou no sujeito das obras. Típico da modernidade que se instalava no Brasil pós-Segunda Guerra era enfatizar a forma pictural mais do que os temas dos quadros. A ênfase no cromatismo da artista indicava uma escrita estilisticamente marcada, homóloga do interesse pelo trabalho sobre a forma. Entretanto, os critérios da modernidade, com base nos valores raros que se inventam na ruptura com os cânones e na criação individualizada de novas formas de fazer, apareciam no tipo de trabalho realizado, o qual transgredia ao ser apresentado fora de seus espaços consagrados, moda apresentada no museu.

Se o rompimento com os critérios de gosto do período passava pela demarcação que opunha os critérios da competência técnica à originalidade, Olly estava no meio do caminho. Sua proposta não era inovadora em termos técnicos no campo artístico, mas em termos formais o era no vestuário. Assim, o triplo jogo – característica da arte contemporânea – vinha se instituindo naquele momento: a transgressão, a reação (do público) e a integração (do público e/ou institucional). No caso de Olly, a abstração já estava sendo

defendida e incorporada pelas instituições. A artista só se apropriou desse novo cânone.

Como arte, seu trabalho afirmava as propostas do grupo de atores sociais que instituíam as novas regras do jogo. Como moda, entretanto, Olly propunha algo inovador. Mas não por romper com os cânones, antigos ou instituintes, e sim por adaptar-se às performances dos intelectuais, incorporando em sua produção a duração no sentido de dilatação das proposições anteriores sobre a criação no Brasil e sobre cultura brasileira. Olly explorava as possibilidades dentro de um quadro específico de regras, respondendo às contingências da vida. (INGOLD; HALLAN, 2007)

Olhar retrospectivamente para seu processo de criação seria desconsiderar sua capacidade de reconhecimento dos temas que constituíam, para os principais atores do processo de constituição do campo artístico brasileiro, o fundamento do que viria ser uma ideia de cultura brasileira da qual a arte era referência e contraponto essencial. Olly era criativa não por inovar, rompendo tradições, mas por aproveitar as oportunidades e improvisar tática e relacionalmente, se ajustando às condições que o contexto lhe impunha, percebendo e respondendo a um mundo-em-formação. Numa leitura prospectiva (INGOLD; HALLAN, 2007), a tradição não era algo contra o qual ela pretendia agir, mas o insumo de sua imaginação, o combustível que a permitia se engajar com os materiais que a rodeavam, “nadando com a corrente”. Olly se apropriou do que seus predecessores na produção intelectual e artística brasileira propuseram como autêntico para, negociar com as propostas que se apresentavam e improvisar criativamente seu fazer artístico, contribuindo com isso para a constituição do que hoje se configura como um campo em expansão de investigação sobre a moda brasileira.

Referências Bibliográficas

APPADURAI, Arjun (ed.). *The social life of things: Commodities in cultural perspective*. New York, Cambridge University Press, 1990 [1986].

ASSIS, Carolina Silva de. *O Correio da Manhã no processo de modernização e concentração da imprensa carioca nos anos 1960-70*. Comunicação apresentada no Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Rio de Janeiro, de 7 a 9 de maio de 2009.

BARTHES, Roland. *O sistema da moda*. Lisboa, Edições 70, 1981.

BELTING, Hans. "Arte universal e minorias. Uma nova geografia da história da arte". In: *O fim da história da arte: uma revisão dez anos depois*. São Paulo, Cosac Naify, 2006.

CHAUÍ, Marilena. *Brasil. Mito fundador e sociedade autoritária*. São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 2000.

CLAVERIE, Élisabeth. Procès, Affaire, Cause. Voltaire et l'innovation critique. *Revista Politix*, n. 26, 1994. p. 76-85.

COHN, Bernard. *Colonialism and its forms of knowledge*. Princeton, Princeton University Press, 1986.

DUARTE, Luiz Fernando Dias. "Artes ambientais e sociedade: jardinagem como projeto no Ocidente". In: REINHEIMER, Patrícia e SANT'ANNA, Sabrina (orgs.) *Manifestações artísticas e ciências sociais: reflexões sobre arte e cultura material*. Editora Folha Seca, Rio de Janeiro, 2013 (no prelo).

GERALDO, Endrica. O combate contra os "quistos étnicos": identidade, assimilação e política imigratória no Estado Novo. *Locus: Revista de História*, Juiz de Fora, v. 15, n. 1, p. 171-187, 2009.

HEINICH, Nathalie. *La gloire de Van Gogh. Essai d'Anthropologie de l'Admiration*. Les Éditions de Minuit, Paris, 1991.

HEINICH, Nathalie. *Le triple jeu de l'art contemporain*. Les Éditions de Minuit, 1993.

HELLMAN, Aline Gazola. *A moda no século XXI: para além da distinção social?* Dissertação de Mestrado, URGs, Porto Alegre, 2009.

INGOLD, Tim; HALLAM, Elisabeth (org.). *Creativity and Cultural Improvisation*. Oxford, New York: Berg, 2007.

LEITE, Dante Moreira. *O caráter nacional brasileiro*. Unesp, São Paulo, 2003 [1952].

LIMA, Ricardo Gomes. *Artesanato: cinco pontos para discussão*. Palestra artesanato solidário. Central ArteSol, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo, Companhia das Letras, 2006.

MATA, Sérgio da. e MATA, Giulle Vieira da. "Os irmãos Grimm entre Romantismo, historicismo e folclorística". In: *Revista de História e Estudos Culturais*, v. III, ano 3, n. 2, abr./maio/jun., 2006.

MAYHALL, Margueritte. Modernist but not exceptional. The debate over Modern Art and National Identity in 1950s Venezuela. *Latin American Perspectives*, issue 141, v.32, n. 2, march, 2005.

PARADA, Maurício Barreto Alvarez. A fundação do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro: a elite carioca e a s imagens da modernidade no Brasil dos anos 50. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 27, p. 113-128, 1995.

REINHEIMER, Patrícia. *Cândido Portinari e Mário Pedrosa: uma leitura antropológica do embate entre figuração e abstração no Brasil*. Garamond, Rio de Janeiro, 2013.

REINHEIMER, Patrícia. *O universo de Olly: cores, formas, texturas*. Vida e obra de uma artista múltipla. Monografia de graduação em Licenciatura em artes. Faculdades Integradas Bennett, 1999.

ROELS, Reynaldo. Folheto da exposição: "Arte moderna no Brasil – Coleção Gilberto Chateaubriand" no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro. MAM-RJ, 1993.

SANT'ANNA, Sabrina Marques Parracho. *Construindo a memória do futuro: uma análise da fundação do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro*. 1ª.ed. Rio de Janeiro, Editora da FGV, 2011, v. 1.

SEYFERTH, Giralda. Identidade étnica, assimilação e cidadania. A Imigração Alemã e o Estado Brasileiro. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, n. 26, ano 9, 1994.

SIMMEL, Georg. A moda. *Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte*. São Paulo, v.1, n. 1, abr./ago., 2008 .

THOMAS, Nicholas. *Entangled Objects. Exchange, Material Culture and Colonialism in the Pacific*. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, 1991.

THOMAS, Nicholas. *Possessions: Indigenous Art/Colonial Culture*. Thames and Hudson, New York, 1999.

Referências Etnográficas

1960. [s/a] Tecidos de Olly no museu. *Correio da Manhã*. 22 de maio de 1960.

1960. MAURÍCIO, Jayme. Três mostras de pintura ontem no museu. Pintura japonesa, pintura brasileira e pintura em tecidos. *Correio da Manhã*.

1960. PEDROSA, Mario e Jayme Maurício. Catálogo da exposição “Olly Reinheimer tecidos pintados”, Rio de Janeiro, Maio – junho de 1960.

1961. MAURÍCIO, Jayme. Tecidos de Olly conquistaram Salvador. Coluna: Itinerário das Artes Plásticas. *Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 25 de fev., 1961.

1961. GUERRA, Antonio. Mãos que criam sonhos para vestir. *Revista Diário de Notícias*, 5 e 6 de fev., 1961.

1961. BANDMAN, Guenter. A pintura alemã através do nosso século. *Revista Diário de Notícias*, 19 e 20 de fev., 1961.

1961. VALADARES, Clarival do Prado. Pintura – Ternura. *Correio da Manhã*, domingo, 26 de fev., 1961.

1962. Catálogo da exposição no Instituto de Arte Contemporâneo de Lima, Peru. 16 a 24 de nov., 1962. Textos de Clarival do Prado Valadares e Marc Berkowitz.

1962. VALADARES, Clarival do Prado. Apresentação de Olly no Catálogo de exposição no Instituto de Arte Contemporâneo de Lima, Peru. 16 a 24 de nov., 1962.

1962. BERKOWITZ, Marc. Apresentação de Olly no Catálogo de exposição no Instituto de Arte Contemporâneo de Lima, Peru. 16 a 24 de nov., 1962.

1962. Sem autoria. Olly: êxito em Lima. Recorte de jornal colado em papel A4, sem referência ao periódico. Provavelmente 1962, já que fala da exposição de Olly em Lima que foi nesse ano.

1963. LIMA, Miguel Alves de. Texto do catálogo da exposição no The Art Center. 28 de nov., 1963. Lima, Peru.

1966. DSP. Moda agora é no museu. *Diário de São Paulo*, 12 de dez., 1966.

1968. JB. Qual é o pente que te penteia? *Jornal do Brasil*, 16 de maio de 1968.

1968a. JB. Oli, teatro com nova roupa. *Jornal do Brasil*, 17 e 18 de mar., 1968.

1969. CM. Olly no museu: *happening* da nova moda. *Correio da Manhã*, 7 de ago., 1969.

1969. JB. Tecidos de Olly no MAM. *Jornal do Brasil*, 10/11 de ago., 1969.

1969. O Globo. Olly no MAM. *O Globo*, 9 de ago., 1969.

1974. BERKOWITZ, Marc. Catálogo da exposição: Três anos de pesquisas: formas e cores em tecelagem. Centro Cultural Lume, RJ, 27 nov., 1974. Documentos, n. 63 e n. 67.

1978. CP. *Correio do Povo*, RJ, fev., 1978.

1983. REINHEIMER, Werner Siegfried. Tradução de artigo publicado no Pforzheimer Zeitung 24/12/1983. Mimeo. Documento, n. 400.

2012. Hasenberg, Erika. I bauli. Booksprint, Itália. 2012

2013. EAV. *Enciclopédia Itaú Cultural Artes Visuais*. Escolhinha de Artes do Brasil. http://www.itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia_ic/index.cfm?fuseaction=marcos_texto&cd_verbete=3757&cd_item=10&cd_idioma=28555. Acessado em 23 de jul., 2013.

2013a. EAV. *Enciclopédia Itaú Cultural Artes Visuais*. Pedro Luiz Correia de Araújo. http://www.itaucultural.org.br/aplicExternas/enciclopedia_IC/index.cfm?fuseaction=artistas_biografia&cd_verbete=3041&cd_item=1&cd_idioma=28555. Acessado em 23 de jul., 2013

2013b. EAV. *Enciclopédia Itaú Cultural Artes Visuais*. Petite Galerie. http://www.itaucultural.org.br/aplicExternas/enciclopedia_ic/index.cfm?fuseaction=instituicoes_texto&cd_verbete=5372. Acessado em 5 de ago., 2013.

2013. IMS. David Drew Zingg. Instituto Moreira Salles. http://ims.uol.com.br/David_Drew_Zingg/D1183. Acessado em 26 de jul., 2013.

Recebido em 05/06/2016

Aprovado em 26/09/2016

Os árbitros da elegância: o comportamento feminino a partir das colunas sociais no Brasil dos anos dourados

Elisabeth Murilho da Silva¹

Resumo

Esse trabalho investiga os padrões do comportamento feminino nas décadas de 1950 e 1960 através do colunismo social de Ibrahim Sued. O jornalista manteve durante mais de trinta anos uma coluna diária no jornal *O Globo* e se notabilizou como um árbitro do bom gosto e da elegância, opinando sobre moda e comportamento da elite brasileira.

Palavras-chave: Moda. Comportamento. Cultura juvenil.

Referees of elegance: female behavior from the social columns in Brazil of the golden years

Abstract

This work investigates the norms of female behavior in the 1950s and 1960s through Ibrahim Sued's social columnism. The journalist kept for more than thirty years a daily column in the newspaper *O Globo* and was noted as an arbiter of good taste and elegance, commenting on fashion and behavior of the Brazilian elite.

Keywords: Fashion. Social behavior. Juvenile culture.

1

Doutora em Antropologia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professora do Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens da Universidade Federal de Juiz de Fora. Pesquisadora dos temas relacionados à juventude, moda e cultura juvenil. é autora, entre outros, de *Sociabilidade Juvenil e Cultura Urbana* (EDUCC/Capes) E-mail: murilho@gmail.com

Os árbitros da elegância: o comportamento feminino
a partir das colunas sociais no Brasil dos anos dourados
Elisabeth Murilho da Silva

Introdução

A elegância é algo difícil de ser definido e, justamente por essa razão, objeto de manipulação dos ditos conhecedores da moda e da etiqueta. Como a moda é efêmera, também os padrões de elegância tendem a constantes mudanças, fazendo com que a necessidade de atualização aumente a importância dos especialistas em moda e estilo, tornando-os verdadeiros arautos do bom gosto.

No Brasil, durante ao menos três décadas, esse lugar foi ocupado por Ibrahim Sued, que manteve uma coluna diária no jornal *O Globo* entre 1954 até próximo de sua morte, em 1995. Sued se tornou tão popular em seu trabalho que, além do espaço no jornal, aparecia em outros veículos como o rádio e a televisão, inclusive com participações semanais no programa dominical *Fantástico*. O objeto de sua coluna era a *gente bem*, conforme se designava até a década de 1960 a elite que frequentava festas, promovia jantares, fins de semana em Petrópolis ou Correias, era vista na piscina do Copacabana Palace ou passava temporadas em Paris. O “Turco” como era chamado por descender de árabes, dominava o *grand monde*, como se dizia na época, emitindo opiniões sobre a “arte” de receber, a etiqueta e a elegância dos homens e das mulheres mais importantes da época. O momento mais aguardado, no entanto, era o mês de dezembro, quando o jornalista publicava a lista das dez mulheres mais elegantes do ano em sua coluna n’*O Globo* e no final da semana, na penúltima edição do ano, a *Revista Manchete* trazia as fotografias coloridas.

A análise das colunas sociais do período tem aqui o objetivo de fornecer pistas acerca do comportamento das elites brasileiras da época e que servia, de certa forma, como modelo de imitação para as outras classes sociais. Nesse sentido, esse material permite perceber os padrões de comportamento legitimados pela burguesia e, ao mesmo tempo, a censura a hábitos que se deseja eliminar.

Já desde a chegada da Corte no Brasil, em 1808, conforme demonstra Rainho (2002), os colunistas de jornais assumem essa tarefa de sancionar o comportamento em público, realizando uma crítica dos costumes que

Os árbitros da elegância: o comportamento feminino
a partir das colunas sociais no Brasil dos anos dourados
Elisabeth Muriho da Silva

permanecerá durante a República, ocupando-se tanto das elites quanto do homem comum em espaços elitizados, como no caso da Avenida Central, no Rio de Janeiro (FEIJÃO, 2011).

Utiliza-se aqui a teoria do autocontrole do comportamento em sociedade, desenvolvida por Norbert Elias em suas obras *O Processo Civilizador* (1994) e *Os Alemães* (1997). Na primeira, o autor demonstra, através da análise de processos sociais de longa duração (ou sociogênese), como o convívio violento das sociedades ocidentais foi, aos poucos, sendo substituído por regras ritualizadas de comportamento social e não violentas, fazendo com que comportamentos não conformes fossem combatidos. Na medida em que aumenta a interdependência entre os indivíduos e a sociedade se torna mais complexa, as regras se expandem para outras camadas da população, atingindo toda a sociedade. Assim, de maneira um tanto simplificada, a civilização seria esse longo processo de aumento gradativo e constante das sensibilidades sociais em relação à violência.

Mais tarde, respondendo às críticas acerca do positivismo dessa teoria e, principalmente, tentando responder ao extermínio em massa que o nazismo promoveu durante a Segunda Guerra Mundial, o autor Elias explica na segunda obra que o gradiente de formalidade e informalidade nas relações sociais pode variar. Segundo ele, observa-se um certo relaxamento nos padrões de comportamento social após a década de 1960, inclusive com a adoção de formas de tratamento pessoal que diminuem as distâncias entre as gerações, os sexos e as hierarquias. Tal observação, no entanto, não indica que o grau de civilização dessas sociedades tenha retrocedido, mas, ao contrário, o que ocorre é justamente o triunfo de regras de comportamento social, longamente apreendidas, de tal maneira que se tornam inconscientes e capazes de inibir formas de reação naturais. Assim, os jovens que desfilavam nus nos grandes concertos de rock da década de 1960 não seriam a expressão da liberdade natural perdida, mas sim o indivíduo altamente civilizado, capaz de reprimir desejos através da racionalização sobre a liberdade e os direitos de cada um na sociedade.

Dessa forma, as colunas sociais do período, ao sancionarem sobre a elegância, fornecem um panorama de comportamento valorizado pelas elites da época, num momento em que ocorre a transição de hábitos muito

Os árbitros da elegância: o comportamento feminino
a partir das colunas sociais no Brasil dos anos dourados
Elisabeth Murilho da Silva

marcados pela rigidez de uma etiqueta francesa, para a introdução de formas mais espontâneas de comportamento, influência da cultura juvenil.

Ao captar o “clima” da época, a presente pesquisa procura revelar o lugar da mulher e do jovem nessa sociedade, além do papel atribuído às famílias. Esses três atores citados – a mulher, o jovem e a família – serão o alvo das transformações em termos de papéis e comportamentos na revolta juvenil da década de 1960. Os profundos questionamentos terão lugar ainda nas décadas seguintes, chegando a transformações sociais mais consequentes nos anos 1980, quando a mulher e o jovem finalmente passam a ocupar lugares de destaque no mercado de trabalho, inclusive com a desvalorização das outras faixas etárias².

Se hoje nos parece impossível retratar algum evento dos anos 60 sem falar no impacto que a cultura juvenil causou na cultura das sociedades como um todo, analisando as colunas sociais das décadas de 1950 e 1960, perceberemos as sutilezas que separam as gerações nesse momento, destacando as marcas do conservadorismo das elites brasileiras, tributárias de uma cultura francesa um tanto *ancien régime*.

Em sociedade tudo se sabe³

Não há novidade em se dizer que no período colonial brasileiro a corte e as elites que aqui habitavam seguiam a moda europeia, principalmente francesa, encontrada na Rua do Ouvidor, Rio de Janeiro, ou comprada diretamente em Paris. Mais adiante, já no século XX, as mulheres da elite cafeeira eram conhecidas clientes dos mais renomados costureiros franceses, como: Eufrásia Teixeira Leite, cliente de Worth; Tarsila do Amaral, que se vestia com Poiret ou Jean Patou ou Yolanda Penteado (BIVAR, 2004) e que narra suas visitas à Madame Grès em sua biografia.

De fato, a influência francesa na cultura das elites brasileiras não é uma particularidade nacional, pois desde o século XVIII a França influenciava outras nações europeias em matéria de etiqueta, moda e estilo de vida (ELIAS, 2001). Nesse sentido, o habitante dos trópicos que se vestia,

2

Essa discussão, que aparece neste texto um tanto resumida, pode ser vista com maior detalhamento em SILVA, E. M. *É possível falar de tribos urbanas hoje?*, 2011. Disponível em www.iararevista.sp.senac.br

3

Título do livro organizado por Isabel Sued, filha de Ibrahim, que reúne trechos de suas crônicas e livros. Publicado pela Editora Rocco, em 2001, o livro está separado por décadas, e em cada década são vistos assuntos comuns, como: política, gente, moda, etc. A obra, no entanto, isola os trechos julgados interessantes do contexto da crônica e não apresenta datas específicas.

Os árbitros da elegância: o comportamento feminino
a partir das colunas sociais no Brasil dos anos dourados
Elisabeth Muriho da Silva

segundo os ditames restritivos da moda europeia no século XIX, não era tanto um seguidor da elegância frívola, mas da conformidade aos padrões do pudor e da civilidade exigidos, além, é claro, de reforçar marcas de distinção social, diferenciando-se visivelmente dos negros escravos ou ex-escravos, dos nativos indígenas e dos mestiços ou brancos pobres.

No século XX, a elite enriquecida pela agricultura do café se distingue pelos longos períodos passados na Europa, principalmente em Paris, o que contribui para a continuidade dessa influência, além de trazer de lá roupas, objetos, obras de arte, hábitos, palavras, expressões, receitas culinárias.

Assim, a indústria da moda francesa permaneceu soberana no mundo durante a primeira metade do século XX, mas o cosmopolitismo da cidade nesse período também contribuiu para tornar as estadas em Paris mais interessantes. Após a Primeira Guerra Mundial, a permanência de antigos soldados negros americanos, agora músicos de jazz, impulsionou a boemia em alguns bairros. Nos anos 20, outros americanos chegam: os escritores, aspirantes a escritores, intelectuais e outros artistas que procuram o estilo de vida festivo da cidade, mantendo-se com algum conforto com a diferença no câmbio do dólar valorizado em relação ao franco fragilizado após a guerra. As viagens transatlânticas tornam-se comuns para essas pessoas⁴.

O período de 1950 a 1960 foi, de maneira geral, de abundância econômica, em que o avanço da produção industrial possibilitou o acesso das camadas médias a bens de consumo antes exclusivos das classes mais altas. Isso ocorreu na Europa e nos Estados Unidos, mas também no Brasil, para uma porção restrita da população, habitante de áreas urbanas no Sul e Sudeste do país. Justamente porque um enriquecimento de novas camadas da sociedade foi possível nesse período é que a observância de antigas formas de distinção social se torna importante. De uma parte, a rigidez da etiqueta e as definições de elegância serão lembradas para separar o dinheiro novo do antigo. De outra, o luxo encontrará novas formas de se expressar, normalmente através da exclusividade reservada aos membros do grupo.

A crônica social revela uma época em que o Rio de Janeiro, mesmo quando deixa de ser a capital da República, mantém sua influência, sendo lugar de grande importância política e econômica, além de primeiro (e às

4

Gertrud Stein e Ernest Hemingway foram alguns dos escritores americanos que viveram em Paris na época, e retrataram o estilo de vida dos americanos e outros intelectuais e artistas estrangeiros que viviam na cidade naquele momento. (HEMINGWAY, 2012)

Os árbitros da elegância: o comportamento feminino
a partir das colunas sociais no Brasil dos anos dourados
Elisabeth Muriho da Silva

vezes único) destino das estrelas e demais celebridades internacionais em visita ao Brasil. O mundo dessa elite aparece aí, aos olhos de hoje, como o encontro de um pequeno e seleto grupo nos mesmos poucos lugares. Todos se conheciam e tem-se a impressão que tudo de importante no país se passava no Rio de Janeiro, já que a importância econômica de São Paulo ainda não abalava a “cidade maravilhosa” em termos de prestígio social.

O colonismo social de Ibrahim Sued

A origem humilde e a ausência de capital cultural ou econômico (BOURDIEU, 2004) não foram impeditivos para que o filho de imigrantes árabes Ibrahim Sued adquirisse fama, riqueza e respeitabilidade como árbitro do bom gosto e do bom viver. Mais interessante é saber que o dito jornalista era conhecido por erros de concordância e outros atropelos em língua portuguesa. Suas dificuldades gramaticais transformaram-se num estilo pessoal, autorizando-o a publicar as crônicas sem revisão no jornal *O Globo*, com o carimbo “Favor esquecer Camões. Proibido mexer no meu estilo. Merci” (SUED, 2001). Introduz expressões próprias como: *panteras e deslumbradas*, referindo-se às mulheres que apareciam em sua coluna; *bola preta*, quando se tratava de uma gafe e, ainda, *bola branca*, ao tratar de algo de bom tom; *cocadinha* ou *geração pão com cocada* para se referir às mulheres jovens ou à nova geração, e ainda *ademã que eu vou em frente*, ao encerrar suas crônicas.

Apesar do grande interesse que o estilo de coluna social inventado por Ibrahim Sued despertou no campo da comunicação, esse não é o objetivo desse trabalho⁵. As colunas do jornalista são tomadas, neste estudo, como um tipo específico de relato da vida social do período. Além disso, a lista das dez mulheres mais elegantes de Ibrahim pode permitir a identificação dos padrões de autocontrole da sociedade da época e que estavam prestes a sofrer transformações. Funcionam aqui, portanto, como material e exercício de memória cotidiana das aparências, pois veiculam as ideias e as imagens de uma performance pública de si.

Os árbitros da elegância: o comportamento feminino
a partir das colunas sociais no Brasil dos anos dourados
Elisabeth Muriho da Silva

De fato, a lista das dez mulheres mais elegantes foi inventada na década de 1950, por Jacinto de Thormes, pseudônimo de Maneco Müller, jovem “bem nascido” que se ocupava da coluna social no *Diário Carioca*, e que inventou diversas expressões seguidas por muitos outros, como o próprio Sued (SOUZA, 2007, p. 12). As listas de mulheres elegantes, inspirada no colunismo americano, eram muito disputadas no Brasil, e foram copiadas por muitos colunistas, dando origem a competições de vários tipos, até mesmo no teatro de revista, com “as certinhas do Lalau”⁶.

De maneira geral, os jornais que apresentavam esse tipo de notícia, grandes ou pequenos, tinham em sua coluna social algo endereçado a um grupo pequeno de leitores, falando basicamente com quem participava daqueles acontecimentos específicos. Assim como: aniversários, batizados, noivados, casamentos, jantares e outras ocasiões de cerimônia são narrados e retratados para serem vistos por outras pessoas do mesmo meio.

O fato de o jornal ter, ao longo do tempo, atingido um número maior de leitores do que aquele que se vê retratado não alterou o conteúdo das colunas sociais, que ainda se dedicam a noticiar minuciosamente o aniversário de 15 anos da filha de um distinto industrial, descrevendo inclusive as roupas das anfitriãs e convidadas mais ilustres, muitas vezes acompanhadas de fotografias. O objetivo de tais notícias parecia representar naquele momento exaltação da distinção social daqueles que figuravam nos espaços das colunas sociais.

A novidade trazida por Ibrahim Sued é que ele se colocava nos acontecimentos não apenas como um observador ou um repórter, mas como ator, isto é, como alguém que participava diretamente das ações e contava ao público as suas próprias aventuras nesse contexto.

Ao contrário dos demais jornalistas do gênero, que faziam estilo na exaltação dos retratados, Ibrahim constrói assim, ao longo do tempo, seu próprio personagem, e seu prestígio, figurando-se ao lado de personalidades da política, da economia, do mundo artístico e da sociedade.

Ao aparecer ao lado de personalidades como a Rainha Elizabeth da Inglaterra, durante sua visita ao Brasil em 1968, sua posição já consolidada de árbitro da elegância e do gosto torna-se inquestionável. Ibrahim Sued coloca-se como um membro do grupo que narra seu cotidiano aos leitores.

6

Referência à lista publicada por Stanislaw Ponte Preta, pseudônimo do jornalista Sérgio Porto, que escolhia as dez vedetes do ano.

Os árbitros da elegância: o comportamento feminino
a partir das colunas sociais no Brasil dos anos dourados
Elisabeth Murilho da Silva

No período estudado pertencer ao *Jet set* internacional parece ser a condição para “frequentar” as colunas sociais, pois as mesmas pessoas se encontram nos dois lados do Atlântico, e viajar à Europa, sobretudo a Paris, é algo corriqueiro e não episódico.

É preciso ter em mente que naquele momento havia uma decalagem entre as grandes e as pequenas cidades do mundo. Assim, uma novidade, em termos de moda, música ou cinema, ocorrida em Londres ou Paris ou Nova Iorque demoraria muitos meses, e às vezes anos, para ser conhecida em outras partes do mundo. Então, os membros do *Jet set* eram as pessoas mais atualizadas para contar as novidades internacionais.

Composto basicamente por herdeiros americanos, europeus e latino-americanos, além de artistas do cinema ou da música, alguns homens de negócios e outras celebridades, o *Jet set* vivia circulando entre as cidades mais importantes, como: Nova Iorque e, às vezes, Rio de Janeiro. Além de Paris, os verões na Côte d’Azur ou em Capri, os cruzeiros pelo Mediterrâneo e os invernos esquiando na Suíça são práticas desse estilo de vida. Em consequência, os membros do grupo falam muitos idiomas, ao mesmo tempo: o francês, o inglês e o italiano, embora não seja possível afirmar que falem bem algum deles (DORLÉANS, 2009).

Essa mistura de idiomas e expressões que jamais conheceram seu correlato em português não é exclusiva de Ibrahim Sued. Toda a crônica social é feita com o abuso de termos em francês. Ciente de seu alcance para além desse grupo, Ibrahim às vezes traduzia tais expressões ou explicava o que eram determinados produtos, nomes de vinhos ou pratos franceses servidos nos jantares em que havia participado. Fato, aliás, que denunciava sua condição de membro externo, e que tinha consciência da exclusividade desse estilo de vida.

A elegância da mulher brasileira nos anos dourados

As mulheres que aparecem nas listas das mais elegantes do ano elaboradas por Ibrahim Sued seguiam um perfil definido, ou como dizia o jornalista, “atendiam a um critério de elegância”.

Os árbitros da elegância: o comportamento feminino
a partir das colunas sociais no Brasil dos anos dourados
Elisabeth Murilho da Silva

Segundo Sued, esse critério era a simplicidade. “Elegância não se compra”, dizia o autor das referidas listas. No entanto, todas elas vestiam-se com os grandes costureiros franceses, passavam temporadas em Paris e muitas frequentavam o *Jet set*. Naturalmente, havia mais do que dez mulheres ricas e vestidas à moda europeia que frequentavam a sociedade da época, e pela inobservância da dita “elegância simples” é que ficavam de fora. A partir da década de 1960 começam a figurar mulheres jovens e solteiras na lista, o que não acontecia antes, quando apenas mulheres casadas eram apontadas, inclusive com a omissão de seus prenomes, sendo sempre a Sra. “Fulano de Tal”, eventualmente acompanhadas de parênteses com explicações sobre o termo *née* (nascida, em francês) e o sobrenome de família.

No momento em que o Rio de Janeiro ocupava o lugar de capital da República, naturalmente a política tinha grande peso na vida social da cidade, e mulheres de diplomatas, embaixadores e deputados acabavam ganhando destaque, uma vez que tinham mais oportunidade de brilharem nas tantas ocasiões formais de que participavam.

Em seguida, vinham as mulheres de grandes homens de negócios: banqueiros, industriais, advogados e outros tradicionais herdeiros cariocas. Alguns nomes foram unanimidade na época, sendo apontadas várias vezes não apenas por essa, mas por várias colunas sociais que passaram a elaborar listas. São elas Lourdes Catão, Teresa de Souza Campos, Carmen Mayrink Veiga e Elisinha Moreira Salles, que era também uma unanimidade internacional em termos de elegância. Conhecida como grande anfitriã, Elisinha Moreira Salles, mulher do banqueiro Walter Moreira Salles, organizou inúmeras recepções em sua casa na Gávea, recebendo a elite brasileira e internacional, e era sempre elogiada nas colunas e por Ibrahim, como exemplo da “elegância simples”.

Na publicação da lista, uma página com os nomes e algumas fotografias das indicadas trazia detalhes de sua vida pessoal, gostos em moda e as razões de sua elegância.

As preferências em relação à moda das indicadas no ano de 1968 são: Balmain, Dior, Grès e Valentino⁷. Se pensarmos que os grandes costureiros franceses nessa época, em termos de novidade eram André Courrèges, Yves Saint-Laurent e Pierre Cardin, percebemos a permanência de um estilo

7

É muito interessante verificar como esses textos se referiam às tais mulheres. Ver especialmente: *O Globo*, 17/12/1968, p. 2, segunda edição.

Os árbitros da elegância: o comportamento feminino
a partir das colunas sociais no Brasil dos anos dourados
Elisabeth Murilho da Silva

tradicional nessa elegância celebrada pelas colunas. A conformidade com um papel que já era amplamente questionado pelas novas gerações ainda aparece aqui como o modelo de elegância:

Mulher 67. Antes de mais nada, a 'mulher 67' [em referência aquele ano] tem que agradar aos homens. Agradar às mulheres ou às amigas não resolve... É burrice.

Ser discreta. Isto é, feminina: nada de masculinidade, como essa palhaçada de terninho, que pode ficar muito bem numa mulher que não se interessa pelos homens. Falar alto, dar gargalhadas estrondosas são outros detalhes que os homens detestam. Eu, no meu caso, tenho horror...

Também a mulher que se perfuma demais é coisa detestável!

Também uma mulher para ser alinhada, isto é, 'mulher 67', tem que ter aquilo que todos nós, os homens, exigimos: classe. E para ter classe não é preciso data... Esta é a minha opinião. (SUED, 2001, p.139)

É possível perceber nesse trecho, a necessidade de conformidade da mulher elegante a um papel e lugar determinados: o de esposa discreta e dócil, que não chama a atenção para si. Em seu tradicional trabalho de seduzir o homem deve procurar atender aos desejos desse.

Em outro momento da mesma década de 1960, sua crítica é mais direta, deixando óbvias as influências da cultura machista que imperava na sociedade brasileira da época:

Aos maridos – Se você chegar em casa e sua mulher estiver de "tromba", não dê importância. Lembre-se de que a coitadinha passou o dia inteiro fofocando com as amigas. Se sua mulher usar minissaia contra a sua vontade, perdoe-lhe, porque ela tem necessidade de mostrar as pernas. Se sua mulher não tiver vontade de ir ao cinema, não a contrarie, porque certamente ela foi à tarde com as amigas. Se a comida não estiver ao seu gosto, não zangue com sua mulherzinha porque naturalmente ela passou o dia batendo boca com as

Os árbitros da elegância: o comportamento feminino a partir das colunas sociais no Brasil dos anos dourados
Elisabeth Murilho da Silva

amigas e não teve tempo de dirigir a criadagem. Quando sua mulher estiver irritada, não a culpe: lembre-se de que você passou o dia inteiro dando duro no batente para sustentar a família. Se ela reclamar que você lhe dá pouco dinheiro, assalte um banco, porque sua mulher é a 'maior ...' (SUED, 2001, p.97).

Percebe-se que, embora muitas mudanças já estejam batendo à porta da sociedade brasileira, a insistência na conservação de papéis tradicionais para a mulher, como o de esposa e mãe de família, é o alvo principal dessas crônicas, procurando ditar um comportamento considerado adequado.

Considerações finais

Embora a pesquisa ainda esteja em andamento, é possível notar algumas pistas que indicam o alto grau de rigidez no que se refere à conformidade a alguns papéis para a mulher: esposa virtuosa, discreta, anfitriã impecável e devotada à carreira do marido.

Nesse sentido, a moda e as ideias de elegância celebrada nessa coluna atestam um modelo de feminilidade passiva e tradicional, com os atributos do feminino (cintura, seios e quadris) bem marcados. Essa construção estilística do feminino já era largamente contestada nas criações dos jovens costureiros da época.

De outra parte, elementos que ainda carecem de aprofundamento poderão indicar que esse é um mundo que agoniza, enquanto vive seus últimos momentos de glória. As transformações econômicas e culturais que ampliaram o consumo das camadas médias a partir da década de 1950 (HOBBSAWM, 1995) também tiveram consequências importantes na cultura e no estilo de vida dessas elites, inclusive com a maior influência que a cultura norte-americana passará a exercer nas sociedades ocidentais.

E mesmo Paris também estava se transformando, embora tenha conservado seu prestígio em termos de alta costura, novos centros produtores passaram a lhe fazer concorrência, justamente com a proliferação de estilos de vida mais marcados pelo hedonismo.

Os árbitros da elegância: o comportamento feminino
a partir das colunas sociais no Brasil dos anos dourados
Elisabeth Murilho da Silva

Desse processo resultaram mudanças significativas na família, principalmente no papel de cada um de seus membros, e à medida que outros espaços sociais se abrem para a participação feminina, o casamento vai deixando de ser o único ideal possível para a realização da mulher.

Como marca do conservadorismo da sociedade brasileira do período, a insistência de Sued na valorização de um modelo submisso de mulher contou, por muito tempo, com a aprovação de seus leitores.

Referências

- BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo, Perspectiva, 2004.
- CRANE, D. *A moda e seu papel social. Gênero, classe e identidade das roupas*. São Paulo, Senac, 2007.
- DORLÉANS, F. *Snob Society*. Paris, Flammarion, 2009.
- ELIAS, N. *O processo civilizador*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1994.
- _____. *Os Alemães*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1997.
- _____. *A sociedade de corte*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2001.
- FEIJÃO, R. *Moda e Modernidade na Belle Époque carioca*. São Paulo, Estação das Letras e Cores, 2011.
- FOULKES, N. *High Society – The history of America's upper class*. New York, Assouline, 2008.
- HEMINGWAY, E. *Paris é uma festa*. São Paulo, Bertrand Brasil, 2012.
- HOBBSAWM, E. *A era dos extremos – o breve século XX*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.
- LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero*. São Paulo, Companhia das Letras, 2004.

Os árbitros da elegância: o comportamento feminino
a partir das colunas sociais no Brasil dos anos dourados
Elisabeth Murilho da Silva

McROBBIE, A. . *A british fashion design. Rag trade or image industry?* London/NewYork, Routledge, 1998.

MENDES, V. e de la HAYE, A. *A moda do século XX*. São Paulo, Martins Fontes, 2009.

RAINHO, M. C. T. *A Cidade e a Moda*. Brasília, Editora da UnB, 2002.

SCOTT FITZGERALD, F. *Este lado do paraíso*. Rio de Janeiro, BestBolso, 2011.

SILVA, E. M. É possível falar de tribos urbanas hoje? A moda e a cultura juvenil contemporânea. *Iara Revista de Moda, Cultura e Arte*, São Paulo, Senac, v.4, 2011, pp.47-64. Disponível em www.iararevista.sp.senac.br

SOUZA, R. M. de. *O cavalheiro e o canalha: Maneco Müller, Walter Winchell e o apogeu dos colunistas sociais após a Segunda Guerra Mundial*. Trabalho apresentado no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, set., 2007. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1268-1.pdf>

SUED, Isabel. *Em sociedade tudo se sabe*. Rio de Janeiro, Rocco, 2001.

SIMMEL, G. *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa, Texto & Grafia, 2008.

TRAVANCAS, Isabel. *A coluna de Ibrahim Sued: um gênero jornalístico*. 2000. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/travancas-isabel-coluna-ibrahim-sued.html>

Recebido em 10/07/2016

Aprovado em 26/09/2016

Parte II

História da arte

Reflexões sobre imagem e autoria na história da arte

Raquel Quinet Pifano¹

Reflections on image and authorship in art history

No artigo “A arte diante do mal radical” o crítico de arte Thierry de Duve reflete sobre o *status* de arte e de artista na contemporaneidade a partir da, no mínimo, desconcertante repercussão sobre os espectadores da mostra de fotografias intitulada “S-21”. Mostra apresentada em Arles no importante festival de fotografia, “Lesrencontresphotographiques d’Arles”, em 1997. Tratava-se da exposição de cem fotos de identidade, algumas ampliadas especialmente para a mostra, de prisioneiros de um campo de extermínio, o S-21, em Phnom Penh, Camboja, mantido pelo regime autoritário do Khmer Vermelho entre 1975 e 1979, responsável pelo genocídio de milhares de civis. Curiosamente, fazia parte de um ritual burocrático o registro fotográfico dos condenados – entre os quais homens, mulheres e crianças –antes de serem executados (14200 pessoas foram mortas no campo S-21, local onde antes funcionava uma escola, restando somente 7 sobreviventes).

A inquietação provocada pela mostra foi aumentada pelo anuncio de que na mesma época, o setor de fotografia do MoMA (NY) havia comprado algumas daquelas fotos e as estava expondo. Se a mostra no festival de Arles não as apresentava sob a ótica da estética, mas da política (argumento usado pelo curador para não justificá-las como arte), o fato de estarem em um museu importante como o MoMA as legitimava como arte. Daí as confusões e especulações sobre a legitimação artística daquelas fotografias, prova da extrema maldade a que a humanidade pode sucumbir. Poderiam tais registros representar a humanidade? Registros que não foram feitos com a intenção de serem arte poderiam agora serem tomados por tal? E uma vez reconhecidos como arte, inevitável seria reconhecer quem as fez como artista. O fotógrafo daqueles retratos era um rapaz de 15 anos,

1

Professora de História da Arte
do Programa de Pós-Graduação em
Artes, Cultura e Linguagens da UFJF.
E-mail: raquinet.rqp@gmail.com

NhemEin, treinado pelo Khmer Vermelho para realizar tal ofício. Havia sido mandado a Changai para fazer um curso de fotografia. Ao retornar, montou uma equipe de trabalho no S-21, e quando o líder PolPot se refugiou nas florestas do norte, o seguiu como fotógrafo oficial do Khmer Vermelho até desertar em 1995.

Chamando a atenção para a dificuldade de responder a tais questões, dificuldade visível não apenas em Cajouille, o curador da mostra em Arles, mas também entre os curadores do setor de fotografia do MoMMA, Duve é enfático ao descrever o objetivo de seu artigo: “examinar a legitimidade da arte e da instituição da arte diante do mal radical” (DUVE, 2009, p. 70). Para o crítico, a dificuldade de legitimação daquelas fotografias como arte, justamente, acusavam um certo “limite” do pressuposto humanista sobre o qual fundou-se a teoria da arte, os museus de arte e o público de arte, ou seja, pressuposto sobre o qual se institucionalizou a Arte. Diante das fotografias da mostra S-21, conhecendo o contexto em que foram produzidas, a intenção do fotógrafo e a função daquelas fotografias, era impossível para os curadores da mostra, tanto quanto para o museu que a abrigava, assim como para o público de arte nomeá-las ARTE. Um fosso enorme se abria entre o conceito de arte, historicamente constituído e legitimado por valores oriundos do humanismo renascentista, e aquele testemunho da extrema barbárie. Por outro lado, se a negação de NhemEin enquanto artista era argumento fornecido pela noção humanista de arte, o mesmo já não ocorria com a inevitável experiência estética que aquelas fotografias suscitavam. Daí o impasse.

Como explica Panofsky, a formulação do conceito de humanidade pelos humanistas renascentistas é fruto de uma síntese entre o significado do termo *humanitas* na Antiguidade e na Idade Média (PANOFSKY, 1991). No primeiro caso correspondia a um valor, já no segundo, a um limite. Defendido por Cícero no círculo de Cipião, *humanitas* expressava uma qualidade do homem que o distinguia de um outro homem que não merecia o nome de *Homo Humanus*, a saber o bárbaro e/ou o indivíduo vulgar cuja erudição e valores morais lhe faltavam. Assim, a definição de homem não decorria da simples oposição ao animal, mas do entendimento de que na espécie homem havia mais de um categoria de homem. Portanto, humanidade era

uma qualidade e não uma condição. Já a definição de *humanitas* na Idade Média foi formulada em oposição à divindade, sendo a “fragilidade” e a “transitoriedade” suas qualidades mais comuns.

Assim, a convicção da dignidade do homem própria dos humanistas do Renascimento, lembrando o emblemático discurso de Pico della Mirandola, “Sobre a Dignidade do Homem”, resulta da interseção entre a compreensão clássica de humanidade como portadora de valores humanos (racionalidade e liberdade) e a consciência medieval de suas limitações (falibilidade e fragilidade). Donde então, originam-se dois postulados centrais para a definição humanista de *humanitas*: responsabilidade e tolerância (PANOFSKY, 1991).

É certo que o humanismo renascentista teve origem como um programa cultural e pedagógico desenvolvido por poetas e eruditos como Petrarca, Valla, Alberti e outros, cujo interesse girava em torno dos *studia humanitatis* (disciplinas humanistas ou humanidades) – termo usado por autores da Antiguidade como Cícero para designar instrução liberal ou literária (KRISTELLER, 1995). Tal setor de estudos compreendia a gramática, retórica, história, poesia e filosofia moral estudadas a partir dos antigos textos latinos e, na medida do possível, gregos. À época do Renascimento, humanista era o nome dado aos mestres e estudantes dos *studia humanitatis*, termo usado naturalmente nos ambientes universitários e acadêmicos que designava um perfil do intelectual, ou seja, sua área de especialização (FALCON, 2000).

A definição restrita de Humanismo como um programa pedagógico circunscrito a um grupo de disciplinas relacionadas à área da linguagem, como um programa de estudos clássicos, e não como uma filosofia foi defendida por Kristeller, como notório. Entretanto, o estudioso reconhece que há importantes aspectos do humanismo renascentista “característicos da época, e não necessariamente devidos a influências clássicas” (KRISTELLER, 1995, p. 27). Sendo um desses aspectos a exaltação do homem, da sua dignidade, do seu lugar privilegiado no universo, entendimento expresso claramente por Petrarca, Manetti e outros humanistas da época. Tal conceito de homem alinhava o programa dos *studia humanitatis* do Renascimento. E se em seus primórdios restringia-se a um programa de

estudos, o entendimento de “humanidade” oriundo do reconhecimento da dignidade do homem distinto do homem “bárbaro” acabou tornando-se indissociável da Arte e seu papel. Se a Arte era do campo da linguagem, logo seu papel referia-se à comunicação. Fosse entendida como técnica ou como estética, sua função de comunicação nunca cessou.

Sendo a Arte até o século XVIII uma técnica – técnica da poesia, da pintura, da escultura – não havia dúvida da indissociabilidade entre a obra acabada e quem a havia executado materialmente. Logo, inevitavelmente o autor da obra, ou seja, o artista era aquele que realizava a obra em dois planos: primeiro no plano da Ideia e depois no da execução.² Sendo uma técnica, sua utilidade e finalidade eram muito claras. Fundada nas áreas de estudos da linguagem, mais especificamente na retórica clássica, objetivava uma comunicação. Comunicar valores humanistas desde o emprego de uma retórica visual, no caso das artes visuais, à afirmação de uma categoria de humanidade dentre toda a espécie homem. Aí se compreende a centralidade da figura humana na pintura, escultura e arquitetura dos séculos XV ao XVIII, aproximadamente.

Uma vez definida como estética a partir do século XVIII, a função da arte tornou-se menos clara, ou menos objetiva, pois sua definição não mais resultava do debate sobre a técnica artística e sim da reflexão e, por que não dizer, da “especulação” filosófica acerca do sentimento de belo. Certamente tal mudança abriu caminho para a arte moderna experimentar novos suportes e testar seus meios artísticos, e fez porque operava agora uma espécie de comunicação “intersubjetiva” – definição de Glement Greenberg apoiado em Kant (GREENBERG, 1986). Ao longo do tempo a definição de arte mudou, também sua organização formal, experimentou-se novos suportes, novas tecnologias, mas o entendimento do papel da Arte, tanto por parte do público, quanto por parte dos artistas, como porta voz de valores humanitários (herdados do humanismo renascentista) manteve-se em vigor.

Voltando ao “problema” S-21. Alegitimação humanista da arte parte do princípio de que a arte é um bem coletivo da humanidade, portadora de valores humanitários e os artistas “são porta-vozes da humanidade no domínio estético” (DUVE, 2009, p. 70). Diante da dificuldade do

2

Ars é a tradução latina do grego *techné*, claramente conceituada como uma técnica. Divididas entre técnicas manuais ou mecânicas e técnicas intelectuais ou liberais, a partir do Renascimento as artes visuais conquistam progressivamente o reconhecimento como “artes liberais”. Embora arte liberal, a técnica da pintura ou da escultura não prescindia a execução da obra pelo pintor ou escultor, daí a importância do treino da mão prescrita por Vasari (VASARI, 1998). Mesmo no caso da arquitetura, que por sua natureza sempre foi executada por terceiros, a realização da obra pelo arquiteto se dava no projeto.

juízo daquelas fotografias, Thierry de Duve concluiu que o impasse se resolvia na transferência do título de artista, no caso do artista ausente pois definitivamente NhemEin não era o artista, para Cajouille o curador da mostra em Arles. Por mais que Cajouille tenha repetidamente negado o interesse estético daquelas fotografias em favor do interesse político, assumiu a responsabilidade, e segundo Duve, o fardo de mostra-las e ao mostra-las, permitir a sua inevitável experiência estética.

Hal Foster definiu o artista na contemporaneidade como “um manipulador de signos mais do que um produtor de objetos de arte” (FOSTER, 1996, p.140). Neste sentido, o título de artista ajusta-se com muita pertinência a Cajouille. Se a identificação do curador da mostra com o artista, se o reconhecimento do artista não como aquele que fotografou aquelas pessoas, mas que “manipulou” aquelas imagens – ampliando algumas inclusive – selecionando, reunindo e reorganizando em um ambiente que, apesar da aparente falta de intenção, permitia a experiência estética opõe-se à legitimação humanista de artista, por outro lado, a exposição daquelas fotos não deixa, a meu ver, de portar uma função de origem humanista. Thierry de Duve reconhece que a experiência que as obras propiciavam levavam a uma certa “devolução” de humanidade àquelas pessoas, sua individualidade perdida no momento das fotos. No lugar do fotógrafo insensível àquela “barbárie”, acha-se o observador tocado esteticamente ao reconhecer seus medos, sua agonia, expressos em muitas daquelas fotos no olhar fixo e penetrante dirigido à câmera (DUVE, 2009). Provocar sentimentos de repulsa, dúvida, desconforto e ao mesmo tempo prazer estético, sentimentos pelos quais aqueles homens (vítimas do outro homem cujas noções humanistas de humanidade não se aplicam) têm sua humanidade restaurada, não seria ainda o papel humanista da arte?

Mais do que discutir a legitimação humanista ou não da Arte na atualidade, o caso “S-21” (o que certamente me parece sempre produtivo pois implica refletir sobre o papel da arte na contemporaneidade, seja ela produzida no século XXI ou no XV) é para nós aqui uma oportunidade de chamar o debate sobre as transformações ao longo dos tempos da noção de artista e a função das imagens por eles produzidas. A problematização da legitimação de arte e de artista neste “caso”, nos permite pensar

sobre autoria e imagem produzida pela obra de arte: desde a fundação do conceito de artista como um intelectual, de fundamento estritamente humanista, e dos significados abstratos que permeiam suas obras, decorrentes obviamente desta nova condição de artista no Renascimento até às mudanças nas práticas artísticas que direta ou indiretamente rebatem na própria noção de artista na modernidade. Os argumentos expostos nos textos que se seguem expõem em cada momento da história da arte brasileira questões relacionadas à reflexão sobre artista e imagens representadas ou apresentadas em suas obras. Expõem mudanças e variações no estatuto do artista e das práticas artísticas ao longo do processo de desenvolvimento da arte no Brasil, assim como o papel da arte como meio de entendimento do Real. Cabe lembrar, que a arte brasileira assim como a instituição da Arte no Brasil participam de uma lógica cultural, no sentido amplo do termo, de origem europeia e humanista, assim como do debate artístico atual de caráter global. Daí a proximidade das questões apontadas por Thierry de Duve sobre a mostra "S-21" com a situação brasileira.

Referências

DUVE, Thierry de. *A arte diante do mal radical*. In: ARS 13. São Paulo: Dep. De Artes Plásticas/ ECA/ USP, 2009. www: cap.eca.usp.br/ars.html

COLOMER, Eusebi. *Movimientos de renovación. Humanismo y Renacimiento*. Madrid: Akal, 1997.

FALCON, José Calazans; RODRIGUES, Antônio Edmilson M. *Tempos Modernos: ensaios de história cultural*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

FOSTER, Hal. *Recodificação. Arte, espetáculo e política cultural*. São Paulo: Casa Editorial Paulista, 1996.

GRENBORG, Clement. *A pintura moderna*. In: BATTCKOCK, Gregory (org.). *A nova arte*. São Paulo, Perspectiva, 1986. (coleção debates)

Apresentação
Reflexões sobre imagem e autoria na história da arte
Raquel Quinet Pifano

KRISTELLER, Paul. *Tradição Clássica e Pensamento do Renascimento*. Lisboa: Edições 70, 1995.

PANOFSKY, Erwin Panofsky. *A história da arte como disciplina humanística*; In: *Significado nas Artes Visuais*. (tradução: Maria Clara F. Kneese e J. Guinsburg) São Paulo, Perspectiva, 1991. (Coleção Debates)

VASARI, Giorgio. *The Lives of the Artists*. (Trad.: Julia Conaway Bondanella e Peter Bondanella) Oxford; New York: OxfordUniversity Press, 1998.

Representação e autorrepresentação na arte da América Latina: retratos de artistas

María Isabel Baldassarre¹

Resumo

Este artigo analisa o modo como seis artistas latino-americanos construíram suas aparências e imagens públicas através de seus auto-retratos realizados nas primeiras décadas do século XX. Centra-se nas figuras dos argentinos Emilio Pettoruti e Ana Weiss de Rossi, dos mexicanos Diego Rivera e Abraham Ángel e dos brasileiros Ismael Nery e Tarsila do Amaral. A partir de variáveis como gênero e trânsito, produto das viagens de formação à Europa, se analisa como nas imagens que cada um produziu, plasmou-se subjetividades múltiplas e complexas que buscaram afirmar seus variáveis estatutos como artistas.

Palavras-chave: Retratos. Autorretrato. America Latina. Século XX. México. Brasil. Argentina. Autorrepresentação.

Representation and self-representation in Latin American art: portraits of artists

Abstract

This article analyzes how six Latin American artists elaborated their public appearances and public images through their self-portraits in the first decades of the twentieth century. It focuses on the figures of the argentinians Emilio Pettoruti and Ana Weiss de Rossi, the mexicans Diego Rivera and Abraham Ángel and the brazilians Ismael Nery and Tarsila do Amaral. From variables such as gender and transit, the product of studying trips to Europe, the article analyzes how in the images produced by each one, multiple and complex subjectivities were formulated that sought to affirm their variable status as artists.

Keywords: Portraits. Self-portrait. Latin America. Twentieth century. Mexico. Brasil. Argentina. Self-representation.

1

Professora da Universidad Nacional de San Martín, e pesquisadora do CONICET (Buenos Aires, Argentina.) É autora, entre outros, de *Los dueños del arte. Coleccionismo y consumo cultural en Buenos Aires* (Buenos Aires, Edhasa).

Posar, representar, mostrar, construir, constituir: podemos associar todas essas ações com o ser do artista e o complexo processo instaurado em seus autorretratos. Retratos de artistas são obras em que o criador adota como modelo o que encontra mais perto de si – seu rosto, seu corpo –, aquilo que o constitui. Mas também podem ser considerados artefatos complexos nos quais o artista se expõe a si mesmo, se apresenta na sociedade, e constrói a maneira como quer ser observado pelos outros. Neles efetuam-se os modos de representação associados a amplos temas referentes à classe e ao gênero, como também modos passíveis de ser interpretados à luz de maneiras de ser mais estreitamente associadas ao âmbito da arte: o tipo de artista que se imagina ou se pretende ser, temas que não estão desvinculados da posição genérica, racial ou social, mas sim interligados, resultando daí seções transversais complexas em que alguns sentidos se cruzam, se complementam e se ampliam entre si.

Afirma-se, com razão, que “os retratos são, em primeiro lugar, o resultado de uma complexa negociação entre o artista e o retratado”, enquanto “modelados pelas expectativas de cada agente em termos de sua imagem pública e institucional”.² O que acontece, então, em retratos criados para si mesmo? Podemos ampliar a hipótese de Sergio Miceli para pensar o processo de negociação voltado para o interior do artista: como se produz essa flutuação entre o modo de se mostrar e os diferentes recursos plásticos que o artista domina ou a poética que privilegia? Assim, observamos como os autorretratos constituem o resultado de variações, idas e vindas que atravessam a vida dos artistas. Além disso, podemos imaginar o desempenho performático que ocorre no instante da pose (para outrem ou para si mesmo) em retratos que variam de poses altamente armadas, com trajes de trabalho, no ato de pintar, ou associadas a uma obra significativa, a outras que visam precisamente esconder esse estatuto de construção.

Nossa intenção, nesse trabalho, consiste em elaborar uma trajetória geográfica e temporal que aborde diferentes tipologias de retratos, desde os primórdios do século XX até os anos quarenta. Ou melhor: a partir de problemáticas pontuais que, com suas nuances, podem ser consideradas constitutivas da produção artística da América Latina, nos propomos a observar como estas situações impactam e se realizam efetivamente nos autorretratos.

2

Sergio Miceli, *Imágenes negociadas. Retratos da elite brasileira (1920-1940)*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p. 18.

Em primeiro lugar, vamos nos referir à evolução formativa e à necessidade de autodefinição do artista inserido no contexto europeu: a viagem traz consigo muitas vezes a urgência de um posicionamento explícito, um expor-se como artista na Europa, tendo sempre em mente o cenário deixado no país ou cidade de origem. Em segundo lugar, examinaremos alguns exemplos que não entraram no cânone masculino definidor do mito do artista como um gênio criativo, intimamente associado ao vigor, à força e à maestria masculinas. Ou seja, questionaremos como se manifesta no autorretrato a variável de gênero em artistas mulheres ou homens homossexuais ao se exporem como criadores, e em que medida ser artista corresponde ou põe em xeque esses estereótipos de gênero vigentes.

É óbvio: não podemos deixar passar despercebida a conjuntura histórica e geográfica específica em que cada um dos autorretratos foi concebido. A América Latina, enquanto grande unidade subcontinental, pouco se explica a si mesma; ou seja, cenários tais como os do Rio de Janeiro, São Paulo, Buenos Aires ou Cidade do México não podem ser considerados como um todo uniforme com características únicas. O que de fato observamos é que existem traços compartilhados e estreitamente relacionados com os processos de modernização e profissionalização das artes plásticas que – com suas peculiaridades – ocorreram paralelamente nos distintos casos analisados.³ Assim, nos referimos a um momento germinal de apropriação e reelaboração das linguagens modernas e das vanguardas do continente, que terá como consequência pontos de convergência no modo de elaborar os retratos, produções consideradas como parte do *corpus* da obra de cada pintor ou pintora, embora geralmente não tivessem sido contempladas em suas afinidades possíveis.

Autorretratos de viagem

1907. No início desse ano, o mexicano Diego Rivera (1886-1957) chega à Espanha para realizar sua primeira estadia europeia. Desde seus doze anos, Diego recebeu lições de desenho e pintura na Escuela Nacional

3

Para algumas características dos processos de modernização nos cenários analisados, cf. Aracy Amaral, *Artes plásticas na Semana de 22*. São Paulo: Editora 34, 1998, p. 21-24.

Representação e autorrepresentação na arte da América Latina: retratos de artistas
María Isabel Baldassarre

de Bellas Artes, na Cidade do México, e fez uma viagem financiada pelo governo do seu estado, Veracruz, para formar-se na Europa. Estabeleceu-se em Madrid, onde passa a frequentar o atelier de Eduardo Chicharro.⁴ Nesse contexto, ele produz um de seus primeiros autorretratos.⁵ Sentado, o cotovelo sobre a mesa, o rosto do pintor se esconde sob a sombra de um grande chapéu mexicano, que ele não tirou, apesar de estar num ambiente fechado. Na verdade, o próprio Rivera recorda que o uso onipresente do seu chapelão lhe confere o apelido de “o mexicano”.⁶ O jovem veste paletó preto, camisa branca, e com a mão direita segura um cachimbo que tomba no canto da sua boca. Em seu rosto se percebem a barba e o bigode ralo. Na mesa, um copo cheio de uma espumosa cerveja recém-servida.⁷ Ao que parece, pelo conteúdo que se vê na garrafa, o artista ainda não tinha começado a beber. Quanto às soluções plásticas, a influência do simbolismo de Chicharro e o *costumbrismo* de Ignacio Zuloaga são percebidos neste trabalho, que enfatiza o uso do preto e das sombras sintéticas.⁸

Já em outros retratos precedentes, anteriores à viagem europeia, como o que lhe fez em 1906 seu companheiro nas aulas de Antonio Fabrés, Francisco de la Torre, Diego aparece sério e caracterizado fumando seu cachimbo. Este atributo, sem dúvida, procurou situá-lo como um membro da boêmia, na qual havia sido muito bem acolhido. Um artista assumido, consolidado, embora o jovem contasse apenas vinte e um anos e estivesse ainda em fase de formação.

Além disso, é notável como a crítica da época faz frequente alusão aos traços fisionômicos dos artistas. Estes aparecem como elementos fundamentais para representá-los e confirmar, ou não, pela aparência, os traços de sua personalidade enquanto artistas. Nesse sentido, não devemos esquecer a popularidade que, durante o século XIX, tiveram as teorias fisionomistas, e especialmente seu uso em criminologia e na medicina, a fim de estabelecer certos traços de caráter a partir da observação física de uma pessoa. Por desdobramento destas conjecturas, certas características, como a maneira de mover-se e de vestir-se, denunciariam o modo de ser artista.

Assim, roupas e certos elementos do autorretrato riveriano respondem ao modo como o jovem é descrito e fotografado na crítica

4

Cf. Ramón Favela, “Diego Rivera: the cubist years, 1913-1917” em *Diego Rivera, the cubist years*. Arizona: Phoenix Art Museum, 1984, p. 21-22.

5

Diego Rivera, *Autorretrato*, 1907, óleo sobre tela, Museo Dolores Olmedo, Cidade do México.

6

Diego Rivera, *My art, my life: an autobiography*; Gladys Stevens March (ed.). New York: The Citadel Press, 1960, p. 58.

7

Há poucas referências a esta obra anterior de Rivera. Ramón Favela foi quem a analisou mais detidamente, vinculando-a aos três retratos de beberrões do século XVII holandês e com as autoevocações românticas de Gustave Courbet. Cf. Ramón Favela, *El joven e inquieto Diego María Rivera (1907-1910)*. México: INBA-Museo Estudio Diego Rivera, 1991, p. 17-19.

8

Cf. Fausto Ramírez, “La presencia de los modernistas mexicanos fuera de México: el tránsito de la marginalidad provinciana al protagonismo cosmopolita” em *Modernización y modernismo en el arte mexicano*. México: IIE-UNAM, 2008.

Representação e autorrepresentação na arte da América Latina: retratos de artistas
María Isabel Baldassarre

contemporânea: “É Rivera, pessoalmente, um rapaz de compleição robusta e aparência humilde; tem o hábito de usar terno preto, chapéu redondo de feltro e bengala na mão, que não dá a impressão de ser um homem que se preocupe especialmente com a última moda, e, ao vê-lo, mais parece um marinheiro holandês que um pintor amante das belas artes. O retrato que acompanha estas linhas dá uma ideia bem precisa da aparência externa de Rivera [...], por seu aspecto exterior, embora, no interior, parece sim um artista e um grande artista.”⁹

Ou seja, há algo de rude no modo de ser de Rivera que se oporia à sua sensibilidade de artista, características essas que permitiriam associá-lo a um “marinheiro holandês”, e que são precisamente as que aparecem um pouco disfarçadas no retrato em que aparece sentado. Ao retratar-se sentado e deixar visíveis apenas os três quartos superiores de seu torso, Rivera evita destacar o seu corpanzil, que, conforme seu próprio relato, media 1,83 m e pesava mais de 130 kg. Pelo contrário, há neste retrato da juventude uma aura de melancolia que cerca o jovem mexicano em início de carreira – e de vida boêmia – na Europa.¹⁰

1918. O argentino Emilio Pettoruti (1892-1971) está na Itália, para onde tinha viajado cinco anos antes, em 1913. Em Florença, entrou em contato com Filippo Marinetti e os pintores futuristas, para mais tarde ir morar em Milão, com passagens por Roma, Munique e Paris, onde tem a oportunidade de relacionar-se também com artistas metafísicos, cubistas, e aqueles que logo seriam conhecidos como o *novecento* italiano.¹¹ Em consonância com essas novas linguagens, Pettoruti participa nas capitais artísticas de muitas exposições de “arte nova”. Neste ambiente, em 1918 cria um autorretrato que constitui um exemplo claro de pintura de ruptura produzida nesses anos, e que o aproximou dos esquemas de composição do futurismo, um movimento com o qual nunca se envolveu na prática, mas com cujas diretrizes estabeleceu diálogos plásticos. No quadro, as feições de seu rosto se decompõem em facetas acentuadas pelo contraste entre áreas de luz e sombra.¹² Compostos a partir de diagonais, curvas e uma espiral desdobrada em profundidade, os traços fisionômicos são sintetizados e se convertem numa essência que dificulta a possibilidade de identificar o rosto como um autorretrato do pintor.¹³ Essa obra e outras

9

J. M. C., “Diego M. Rivera y su obra”, *El mundo ilustrado*, México, 20 de novembro de 1910, citado em Xavier Moysen, *La crítica de arte en México 1896-1921*. México: IIE-UNAM, 1999, vol. 1, p. 458-462.

10

Cf. Diego Rivera, *My art, my life*, op. cit., p. 52. Posteriormente, Rivera abandonaria estes traços e destacaria precisamente sua aparência corpulenta para se apresentar como um artista, fato este enfatizado, além disso, pela lenda mítica construída em torno de sua vida.

11

Para a reconstrução de sua passagem pela Europa, cf. Cayetano Córdoba Iturburu, *Pettoruti*. Buenos Aires, Academia Nacional de Bellas Artes, 1980, y Diana Wechsler, “Pettoruti, Spilimbergo, Berni: Italia en el iniciático viaje a Europa” em D. Wechsler (coord.), *Italia en el horizonte de las artes plásticas. Argentina, siglos XIX y XX*. Buenos Aires, Asociación Dante Alighieri, 2000, p. 150-164.

12

Emilio Pettoruti, *Autorretrato*, 1918, óleo sobre *hardboard*, 54 x 40 cm, MNBA, Buenos Aires.

13

“Individuality can no longer be contained within the terms of manifest personality traits” afirma John Berger a respeito do retrato cubista. Cf. “The changing view of man in the portrait” em *Selected essays and articles. The look of things*. Harmondsworth: Penguin Books, 1972, p. 41.

Representação e autorrepresentação na arte da América Latina: retratos de artistas
María Isabel Baldassarre

produzidas à época podem ser interpretadas como autos de fé daquela intensão compartilhada por Pettoruti, e outros artistas contemporâneos, de “abandonar o ‘anedotismo’ vigente na pintura argentina”.¹⁴

Anos mais tarde, em 1924, Pettoruti adentra estrategicamente o centro o meio artístico de Buenos Aires com uma exposição individual na galeria mais prestigiada da cidade: a Galeria Witcomb. A amostra incluiu muitas de suas obras associadas às poéticas futuristas e cubistas, e foi ignorada por parte da imprensa, duramente criticada por outra, e erguida como um estandarte por aqueles que se consideravam seus companheiros na busca pela renovação estética.¹⁵ Entretanto, pode-se dizer que o ambiente foi geralmente adverso a esta primeira tática de inserção do artista, que encontrou notraduzindo seu incompreensão relativa a essas novas linguagens com humor e na zombaria uma maneira de enfrentar a incompreensão relativa a essas novas linguagens.¹⁶

Já em Buenos Aires, em 1925, Pettoruti produziu um autorretrato que parecia totalmente oposto ao realizado sete anos antes.¹⁷ Nele, o artista não esquece de todo a lição das vanguardas, mas se afasta das composições mais “abstratizantes” de planos de cor que havia apresentado no ano anterior em Witcomb. Num fundo neutro, destaca em planos facetados de luz e sombra a composição do seu rosto e do longo pescoço demarcado por um suéter. O tempo parece estanque na pintura, o imediatismo da presença quer impedir qualquer intenção de pose. Seu protagonista não produz nenhuma ação, bem como o rosto não transmite qualquer emoção. O pintor não faz outra coisa senão estar ali, disperso como sujeito para se tornar um objeto específico do retrato. Na obra, surge subjacente uma forte composição geométrica e um controle sintético da luz. Ou seja, continua seguindo a marca dos anseios formais das vanguardas, mas o resultado alcançado é um retrato muito mais legível, reconhecível e claro do que o produzido em 1918.

Talvez a escolha destes recursos plásticos se justificasse no ambiente para o qual a obra havia sido projetada. O *Autorretrato*, de 1925, consistiu num estudo para uma tela grande que reuniria os rostos de toda sua família.¹⁸ Na ocasião em que deveria apresentar-se aos seus, no seu retorno da Europa, pareceu-lhe mais viável a “atitude objetiva”.¹⁹ E é aí quando

14

Patricia M. Artundo, “El viaje dentro del viaje, o sobre la transitoriedad de los lugares-destino” em P. M. Artundo (cur.), *Artistas modernos rioplatenses en Europa 1911-1924. La estrategia de la vanguardia*. Buenos Aires: Malba, 2003, p. 19. Cf. uma síntese (em português) da atuação de Pettoruti entre a viagem europeia e 1930: Artundo, “Novo mundo/Velho mundo: Pettoruti e Brasil” em Mário de Andrade e a Argentina. *Um país e sua produção cultural como espaço de reflexão*. São Paulo: Edusp, 2004.

15

Diana Wechsler, “Crítica y arte de vanguardia” em *Papeles en conflicto. Arte y crítica entre la vanguardia y la tradición*. Buenos Aires (1920-30). Buenos Aires: Instituto de Teoría y Historia del Arte “Julio E. Payró”, FFyL, UBA, série monográfica nº 8, 2003.

16

Cf. Córdoba Iturburu, *Pettoruti*, op. cit., p. 42.

17

Emilio Pettoruti, *Autorretrato*, 1925, óleo sobre cartolina, 50 x 40 cm, Fundación Pettoruti, Buenos Aires.

18

Emilio Pettoruti, *Un pintor ante el espejo*, op. cit., p. 201.

19

Julio E. Payró, *Emilio Pettoruti*. Buenos Aires: Poseidón, 1945, p. 51.

relacionamos este autorretrato aos planos mais amplos que Pettoruti estabeleceu nesses anos, e nos subsequentes, que serviram para mediar, infiltrar-se e negociar dentro dos espaços de institucionalização da arte, ao invés de limitar-se a invadi-lo como um elemento meramente de oposição.²⁰

1927. Vinte anos depois do retrato de Diego Rivera, quando poderíamos considerar que se encerrava a primeira etapa dos processos de formação do início do século em busca de modernidade e modernismos, o brasileiro Ismael Nery (1900-1934) faz sua segunda viagem a Paris, onde entrará em estreito contato com os poetas e pintores surrealistas, e se verá fortemente afetado pela obra de Marc Chagall. Nesse ano, conforme sustenta Aracy Amaral, Nery reduz significativamente sua produção de pinturas para concentrar-se na produção gráfica de desenhos e aquarelas.²¹ Nesse contexto, faz um desenho, agora na coleção de Roberto Marinho, em que – como a maioria de sua obra – sua própria imagem é protagonista. É intitulado: “Autorretrato e recordação”, assinado com as iniciais IN, e por debaixo se lê claramente que foi feito em Paris.²²

Com camisa e gravata, penteado com gel, o então jovem de vinte e sete anos surge no centro deste desenho a tinta. Um olho levemente maior que o outro, a boca franzida, o nariz sobressalente pela linha testemunham atestam o seu contato com a linguagem de ruptura das vanguardas. Sabemos, a partir do testemunho de seu amigo Murilo Mendes, que seu rosto não era regular: “Os olhos assimétricos recortados um pouco à maneira oriental, como acontece em tantos homens do extremo Norte. Barbicha rala. Boca de talhe muito pronunciado. Apertava às vezes fortemente os lábios numa enérgica tensão da vontade”.²³ O artista bem poderia ter embelezado estes traços que, no entanto, prefere acentuar. Como observado por Sergio Miceli a respeito, no retrato a fisionomia é modelada para efeito de uma significação simbólica ou espiritual.²⁴

No entanto, se em suas pinturas a óleo seus traços são sintetizados e se geometrizam a ponto de se tornarem linhas puras e planos de luz e sombra, não há nesta peça uma transformação do artista em arlequim, Cristo ou ser andrógino, aqueles “tipos plásticos ideais” representativos do ser humano, como assinalado por Mário de Andrade.²⁵ Pelo contrário, neste rápido desenho o que ocorre é a recuperação do registro fisionômico, da

20

Uma obra ímpar para esta leitura dos projetos desenvolvidos por Pettoruti é o texto de Diana Wechsler: “Buenos Aires, 1924: trayectoria pública de la doble presentación de Emilio Pettoruti”, em *El arte entre lo público y lo privado*. VI Jornadas de Teoría e Historia de las Artes. Buenos Aires: CAIA, 1995, p. 231-240.

21

Amaral aponta várias razões possíveis para este rumo: as viagens, as instabilidades de sua vida, os deslocamentos em função de sua saúde e as dificuldades com ambientes inadequados para a prática da pintura. Cf. “Ismael Nery: uma personalidade intensa” em *Ismael Nery: 50 anos depois*. São Paulo: Museu de Arte Contemporânea, 1984.

22

Ismael Nery, *Autorretrato e recordação*, 1927, tinta sobre papel. Coleção Roberto Marinho.

23

Murilo Mendes, *Recordações de Ismael Nery*. São Paulo: Edusp, 1996, p. 99 (publicado em *O Estado de São Paulo*, 18-09-1948).

24

Sergio Miceli, *Imágenes negociadas*, op. cit., p. 64 e 67.

25

Cf. Tadeu Chiarelli, “As margens do modernismo”, em Denise Mattar (cur.) *Ismael Nery: 100 anos, a poética de um mito*. Rio de Janeiro/São Paulo: Centro Cultural Banco do Brasil, Fundação Armando Álvares Penteado, 2000; para o artigo de Mário publicado em 1928, cf. Aracy Amaral, op. cit., p. 59-60.

indumentária e do penteado contemporâneos, aos quais, como sabemos pelos outros testemunhos orais e visuais da época, Nery dedicou um cuidado especial a ponto de ser tachado de “dandy”.²⁶ Esses recursos o mostram também como um jovem pensativo, absorto, quando não um pouco atormentado. De um lado, uma mulher com um vestido transparente que revela seu sexo, cujas botas pretas são um ponto marcante em sua roupa; do outro lado, uma pequena capela e a silhueta de um homem com chapéu, uma mancha negra que parece refletir o negro das botas da mulher-musa. Podemos supor, considerando outros desenhos do artista, tratar-se de si próprio aproximando-se da entrada de uma igreja.

De alguma forma, esta peça evoca a ideia do artista errante, a dualidade já apontada por todos os estudiosos que se ocuparam da análise da obra de Nery, como aquela que se debate entre a musa/o erotismo e a castidade/religião. Mas também podemos imaginar este rosto como a amostra de um artista em conflito, sem mercado, que sobrevive com seu escasso salário de funcionário público.²⁷

O que me interessa enfatizar aqui é esta possibilidade de experimentar, assim como o fez Pettoruti, as diferentes linguagens e técnicas plásticas, e como estas podem ser funcionais para os distintos modos de se apresentar. Abstratiza-se o rosto para tornar-se um tipo ideal, ou pontuam-se certos traços lançando mão de um complexo sistema de seleção, que tanto expõe como oculta: a textura física, alguns elementos distintivos do rosto, certa indumentária ou atributos característicos, a pose. Em tais experiências com o próprio ser, arrisca-se tanto o seu projeto plástico – ao se imbricarem os autorretratos com seu *corpus* de obra mais geral – como também o modo, a maneira como se quer ser conhecido como artista.

Autorretratos e gênero

Se no século XIX disseminava-se a crença sobre a deficiência de mulheres como sujeito criador, este preconceito continuou ativo no início do século XX. A arte feita por mulheres deveria ser julgada com seus próprios parâmetros, e aquelas que então se dedicaram à sua prática deveriam

26

Segundo Murilo Mendes, Ismael sempre se apresentava corretamente vestido, na última moda, já que, para ele, a elegância externa da vestimenta e das atitudes era um reflexo de sua elegância interior. Cf. *Recordações...*, op. cit., p. 34.

27

Afirmção extraída de Giuseppe Baccaro, “Visitação a Ismael”, em Aracy Amaral, *Ismael Nery: 50 anos depois*, op. cit., p. 211.

posicionar-se e negociar – cuidadosa e conscientemente – os modos de se definir e representar o seu estatuto como artistas.²⁸ Especialmente em seus autorretratos buscaram reconciliar o conflito entre o que a sociedade esperava das fêmeas e o que se supunha ser um artista, duas identidades que pareciam irreconciliáveis e sobre as quais se projetavam expectativas diametralmente opostas.²⁹ O que aconteceu, por outro lado, no caso de artistas homossexuais no início do século XX em países como México, no âmago de sociedades não particularmente receptivas a quem não correspondia aos modos canônicos e heterossexuais de ser homem?

Como convive o projeto moderno com as projeções do gênero? Como resolver essas variáveis nos autorretratos? Vejamos o caso de Tarsila do Amaral (1886-1973). Em primeiro lugar, é significativo que em nenhum dos seus autorretratos ela se apresente com os atributos ou as ferramentas de pintora, nem envolvida com a prática da pintura. Ou seja, não há indícios que permitam associar a personagem com a profissão; pelo contrário, o que aparece é a exposição de Tarsila como mulher linda, muito elegante e vestida na última moda. Neste ponto, investe-se na permanência do estereótipo antepassado sobre artistas mulheres, tais como aquelas que, além de serem capazes de conceber beleza, devem ser elas mesmas belas, um objeto ao mesmo tempo distante e misterioso, uma “inspiração para o telespectador”.³⁰ Assim se expõe Tarsila tanto em seus autorretratos como em suas fotografias. Desde jovem já se observa esta tendência em mostrar-se entre melancólica e indolente ao olhar dos outros, procurando corroborar os elogios sobre sua beleza e poder de sedução recorrentes por quem a conhecia. Sua correspondência deixa transparecer a consciência de Tarsila sobre o poder e a utilidade da sua beleza: sobressair-se como mulher bonita é uma maneira de posicionar-se e de consolidar sua carreira como artista.³¹ Entretanto, se, ao constituir-se como artista mulher e moderna, desafia as expectativas de seu gênero e de sua classe, essas conquistas são apenas parcialmente vislumbradas em seus autorretratos, que, embora demonstrem todos os recursos plásticos modernistas que Tarsila domina, não contrariam os estereótipos vigentes.

Seu autorretrato mais emblemático, *Autorretrato (Manteau Rouge)*, de 1923, foi criado no ano de sua bem-sucedida estreia nos círculos da

28

Cf. Rozsika Parker & Griselda Pollock, “God’s little artist”, em *Old mistresses. Women, art and ideology*. London: Pandora Press, 1981.

29

Para as variações dos autorretratos femininos ao longo do tempo, embora exclusivamente circunscrito a exemplos europeus e estadunidenses, cf. Frances Borzello, *Seeing ourselves. Women’s self-portraits*. London: Thames and Hudson, 1998.

30

Parker & Pollock, *op. cit.*, p. 92.

31

Cf. Carta de Tarsila à sua família datada de 4 de fevereiro de 1925, citada por Aracy Amaral, *Tarsila. Sua obra e seu tempo*. São Paulo: Editora 34-Edusp, 2003, 3ª edição revista e ampliada, p. 185.

vanguarda de Paris, quando Tarsila já se encontrava totalmente imersa na prática da pintura.³² Mas não são a paleta, os pincéis, nem a roupa de trabalho que destacam Tarsila, mas o casaco vermelho-cereja de Jean Patou que cobre sua nudez e se incorpora ao título da obra: Tarsila se constitui com seu *manteau rouge*, cujo tom também se repete nos lábios, o outro foco de atenção do quadro com um rosto de expressão austera. A vestimenta a concebe como a dama que anfitriã e que frequenta ambientes onde se mesclam a diplomacia e a intelectualidade brasileira e francesa; símbolo inequívoco de seu pertencimento à classe latifundiária paulista, endinheirada, mas também com capital simbólico para se apropriar das últimas modas europeias. E aqui não posso deixar de contrapor esta imagem de Tarsila à figura do novo rico, tema literário tão caro aos escritores americanos e europeus da virada do século para ridicularizar os sul-americanos milionários que viajam para a Europa, cheios de dinheiro, mas desprovidos da capacidade de discriminar e de exercer um julgamento de gosto “legítimo” quando se trata de consumo cultural.³³

Este processo de construção de sua imagem através da plástica torna-se ainda mais abstrato em seu autorretrato do ano seguinte. Agora já não é uma mulher, mas apenas um rosto, uma espécie de máscara – talvez em referência ao primitivismo que então fascinava os círculos vanguardistas europeus – formada pela simplificação de seus traços que se tornam emblemas: sua boca vermelha, o cabelo preso e os enormes brincos de ouro, repetidos em todas as fotos para as quais Tarsila posa nesses anos, que funcionam como uma sinédoque de sua feminilidade e, claro, da sua posição social. Ela se constrói como uma mulher sensual, mas dona de uma sensualidade exótica que a distingue de uma europeia de classe alta: uma espécie de adendo simbólico que Tarsila possui e sabe explorar para atrair a atenção sobre si mesma e sobre sua pintura naquela Paris cosmopolita.³⁴ A frontalidade do retrato muito se assemelha a fotografia contemporânea do passaporte; aquela que fornece a identidade legal agora é replicada pelo óleo sobre a tela para, por intermédio da arte, constituir sua identidade de artista.

Também no âmbito das pesquisas modernistas, podemos localizar o autorretrato do jovem mexicano Abraham Ángel (1905-1924), de 1923. Procedente de uma aldeia mineira do interior para estudar na cidade do

32

Para a trajetória de Tarsila por Paris, o estudo mais completo é sem dúvida o de Aracy Amaral já mencionado. Ver também Nadia Battella Gotlib, *Tarsila. A modernista*. São Paulo: SENAC, 2000, p. 68 e seguintes. Com relação à viagem de Tarsila vinculada à trajetória de outros artistas brasileiros, cf. Marta Rossetti Batista, *Os artistas brasileiros na Escola de Paris. Anos 1920*. São Paulo: Editora 34, 2012, p. 277-292. Para uma revisão da análise tradicional sobre as viagens de Tarsila e Anita Malfatti à Europa, cf. Ana Paula Simoni, “Viajes progresivas x regresivas: las rutas múltiples de los artistas brasileños en París, años 1920” em *Las redes del arte. Intercambios, procesos y trayectos en la circulación de las imágenes*. Buenos Aires: CAIA, 2013.

33

É significativo, neste sentido, que, quando o escritor Blaise Cendrars procurou dissuadir Tarsila de expor nos salões do *Le Journal*, tivesse argumentado: “Mais si vous êtes absolument pressée, faites-le maintenant, mais pas dans la salle du Journal ou n’exposent que des rastas attachés d’ambassade-amateurs”. Citado por Amaral, *Tarsila...*, op. cit., p. 185.

34

Agradeço à Maria Lucia Bueno por suas sugestões sobre este particular.

México no início da década de 1920, o jovem – que ainda não contava vinte anos – lá se apaixona por seu professor e mentor, o pintor Manuel Rodríguez Lozano. Sua vida artística é tão prolífica quanto breve, já que, num obscuro episódio, vinculado ao abandono de seu ente querido, tira sua vida em 1924. Tanto sua pintura, fortemente autorreferencial e formalmente fomentada pelas artes populares e pelo desenho infantil, quanto sua trágica vida o transformam em uma espécie de “Rimbaud mexicano”, favorecendo a construção de mitos.³⁵ Na verdade, é difícil encontrar análises que não se refiram a esta “sociedade dos pintores”, ou seja, ao impacto que a obra teve em ambas as direções: de mestre para discípulo e vice versa.

Passemos a uma análise concreta: em seu *Autorretrato* de 1923, um óleo sobre cartolina, Ángel enfatiza seus traços mestiços: o cabelo crespo, a boca de lábios grossos, atributos que, em contrapartida, aparecem em muitos dos retratos dos outros que ele produz nesta mesma época, e que fazem lembrar fortemente a sua própria imagem,³⁶ operação que se assemelha às estratégias de Ismael Nery, ao projetar a si mesmo em rostos alheios na composição de sua obra. Com os olhos virados e cravados no espectador, o olhar de perfil de três quartos de Abraham reforça a sedução do *poseur*. Sua recorrência nas fotografias contemporâneas do rapaz nos permite deduzir que se trata de uma pose fortemente construída, com a intenção de seduzir e de provocar, como também carregada de inocência e de desenvoltura por conta de seus dezoito ou dezenove anos. Aqui nos permitimos extrapolar a hipótese que Silvia Molloy sustenta com relação aos escritores modernistas, entre o final do século XIX e início do século XX, no sentido de pensar sobre a força desestabilizadora de certas poses que as transforma em gestos políticos.³⁷ Ou seja, destacamos o caráter de ruptura e provocador que esta pose feminizada poderia ter para uma sociedade como a mexicana, no início do século XX, quando, mesmo nos círculos intelectuais, esses artistas eram ridicularizados e perseguidos por seu explícito caráter homossexual. O plano de fundo da pintura, habitual em outras obras de Abraham Ángel, exibe uma paisagem rural, serrana, salpicada de casinhas, uma igreja e árvores enormes, quase fantásticas. É um lugar surreal, o que reforça a ambiguidade com a qual se apresenta o próprio artista em sociedade.

35

Olivier Debroise, *Figuras en el trópico. Plástica mexicana 1920-1940*, Barcelona: Océano, 1983, p. 80.

36

Abraham Ángel, *Autorretrato*, 1923, óleo sobre cartolina, 85 x 75,5 cm, MUNAL, INBA, México.

37

Sylvia Molloy, “La política de la pose” em *Poses de fin de siglo. Desbordes del género en la modernidad*, Buenos Aires: Eterna Cadencia, 2012 (o artigo é de 1994), p. 41-53.

Finalmente, o caso com o qual vamos fechar esta trajetória possível: a artista argentina Anna Weiss de Rossi (1892-1953). Criadora de linguagens que poderíamos chamar de residuais com relação às vanguardas, ela também põe em voga estereótipos de gênero ao representar-se. Esta pintora demarcou rapidamente seu lugar no mundo da arte ao expor com sucesso nas galerias, e conseguiu inserir-se comercialmente num mercado artístico em vias de formalização, graças à prática do retrato. A figura do mestre (Alberto Rossi) como aquele que introduz a mulher no mundo da arte vai ser onipresente no caso de Ana, que passa a ser conhecida por seu nome de casada: Weiss de Rossi.

Ana irá mostrar uma construção de sua aparência muito distinta da sensualidade e modernidade que observamos em Tarsila. Tanto nas fotos quanto nos autorretratos Weiss distingue-se pelo cabelo preso, pouca maquiagem e roupas que realçam muito pouco a sua feminilidade. Com características semelhantes, a vemos no autorretrato feito no início de 1932, onde os três quartos do corpo de Ana enfatizam todas essas características, bem como naquele sem data em que a protagonista aparece vestida com sobriedade, séria, segurando firmemente os instrumentos de trabalho.³⁸ Contudo, os pincéis e a paleta não são exibidos cheios de cores, como parte da ação de pintar, mas remetem a um momento de reflexão, provavelmente anterior à produção de um quadro ou entre uma sessão e outra. O olhar penetrante de Ana nesse autorretrato, dirigido para o espectador, também parece reafirmar sua autoconsciência como artista.

Talvez, em algum momento a pintora tenha tomado para si os padrões masculinos associados com a austeridade frente aos que situavam a mulher como um mero enfeite para os homens. E por que não interpretar sua obstinada e medida aparência de matizes quase monacais como uma resposta àquelas leituras que sustentavam que “Ana [...] dispõe suas cores com o mesmo refinamento espiritual com o qual Mimí Pinson (o personagem de Alfred de Musset) ajeita seu pequeno chapéu ou as rosas de seu vaso”?³⁹ Weiss não era vaidosa como a personagem de De Musset, tampouco era encantadora ou lânguida. Pelo contrário, mostra-se sóbria, em geral séria ou com um sorriso apenas insinuado, e sua feminilidade cristaliza-se não em sua capacidade de sedução, mas na educação dos filhos, invertendo-se a ideia que associa o ser artista à esfera do antidoméstico.

38

Ana Weiss de Rossi, *Autorretrato*, 1932, óleo sobre tela, 55 x 47 cm, MNBA, Buenos Aires; e *Autorretrato*, óleo sobre tela, 68 x 53 cm, Museo Provincial de Bellas Artes Rosa Galisteo de Rodríguez, Santa Fé.

39

M. Rojas Silveyra, “Ana Weiss de Rossi”, *Augusta*, vol. 3, nº 19, dezembro de 1919, p. 260.

Na verdade, suas duas filhas, repetidos temas de sua obra, podem ser interpretadas como um espelho reduzido da mãe. Por exemplo, no retrato do Museu de Bellas Artes de La Boca, Ana aparece ao lado da filha mais nova.⁴⁰ Embora vejamos a artista com paleta na mão, sua dedicação à pintura parece não expressar nenhum conflito com a maternidade. Não há nenhuma vantagem entre ambos os papéis, e sim uma feliz convivência, em que sua filha, com as mãos cruzadas no colo, se imobiliza a ponto de tornar-se um modelo ideal que descansa tranquilamente enquanto é interpretada pela mãe.⁴¹ Nas críticas à sua obra, entre os anos 30 e 50, frequentemente se enfatizava este duplo papel de artista e de mãe,⁴² destacando-se sistematicamente sua capacidade de conciliar os ideais artísticos com os afetivos.⁴³

É possível imaginar sua carreira como uma expressão destes novos papéis sociais e aspirações profissionais da mulher na Argentina da primeira metade do século; no entanto, quando se trata de representar-se a si mesma, a artista recorre ao papel tradicional: a mãe de família cuja dedicação à arte não competia com o desenvolvimento das tarefas “naturais” de matriarca.

Até aqui, uma trajetória possível através de uma série de autorretratos produzidos por pintores e pintoras latino-americanos nas primeiras décadas do século XX. Não pretendemos apresentá-los sob uma perspectiva unívoca ou fechada, mas passível de ser confrontada com outras. Na verdade, as construções de gênero também podem retroceder ao primeiro conjunto de imagens, aqui agrupadas sob o ponto de vista da viagem.

Basicamente, o que nos interessa é questionar em que medida o protagonismo da figura do artista em sua própria obra constitui o ambiente para a projeção de papéis distintos. O retrato de si mesmo é um tema pictórico que parece ser de grande imediatismo, aquilo de que o artista dispõe de imediato, mas que, no entanto, requer uma análise complexa porquanto engloba múltiplos processos de identificação. No cruzamento entre a busca pela modernização da linguagem plástica, o situar-se e o destacar-se na cena europeia, na qual convivem inúmeras tendências estéticas, o estabelecer-se como artistas nacionais no país de origem e o tipo de homem/mulher que se aspira a ou simplesmente pode ser, minha

40

Ana Weiss de Rossi, *Ana Weiss y su hija*, óleo sobre tela, 93 x 84 cm, Museo de Bellas Artes de la Boca de Artistas Argentinos Benito Quinquela Martín, Buenos Aires.

41

Numa reportagem, a própria Ana revela a dificuldade de pintar sua filha: “É uma tarefa terrível, porque ela não tem paciência para ficar quieta nem por cinco segundos”. Pedro Herrero, “Nuestros artistas. Una entrevista con los esposos Rossi”. *Revista de arte*, a. 5, 1926, s/p.

42

Cf. por exemplo “Mi hijita. Óleo por Ana Weiss de Rossi”, *El Hogar*, Buenos Aires, 1937. E Marcelo Olivari, “Ana Weiss de Rossi. Sus telas: imágenes de una vida”, *Sirena*, Buenos Aires, 30 de julho de 1941.

43

Círculo de Aeronáutica, *Exposición de óleos de Ana Weiss de Rossi*, junho de 1950.

proposta consiste em buscar caminhos analíticos produtivos que – sem querer chegar à quinta-essência das artes visuais latino-americanas – possam encontrar novos pontos de convergência.

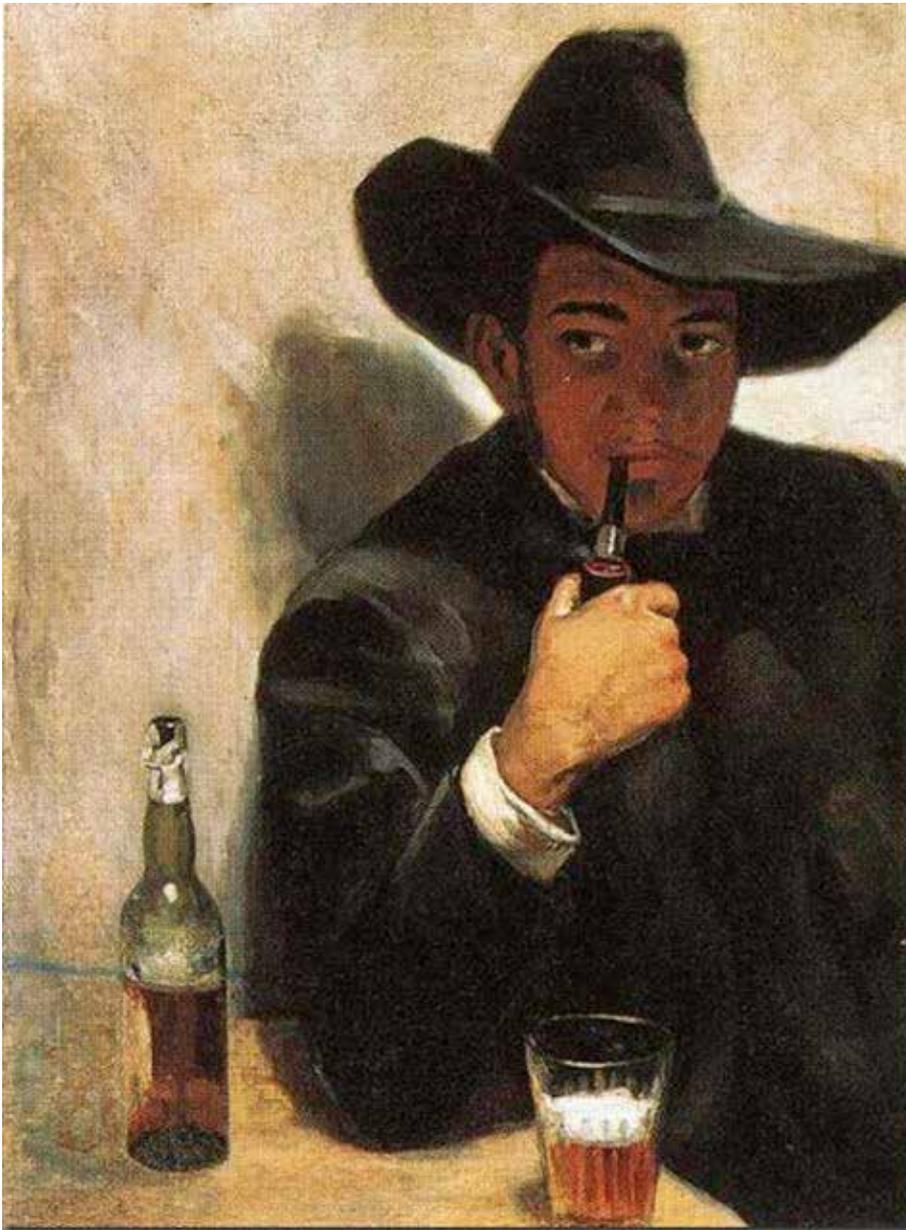


Figura 1 :: Diego Rivera, *Autorretrato*, 1907, óleo sobre tela, Museo Dolores Olmedo, Cidade do México.

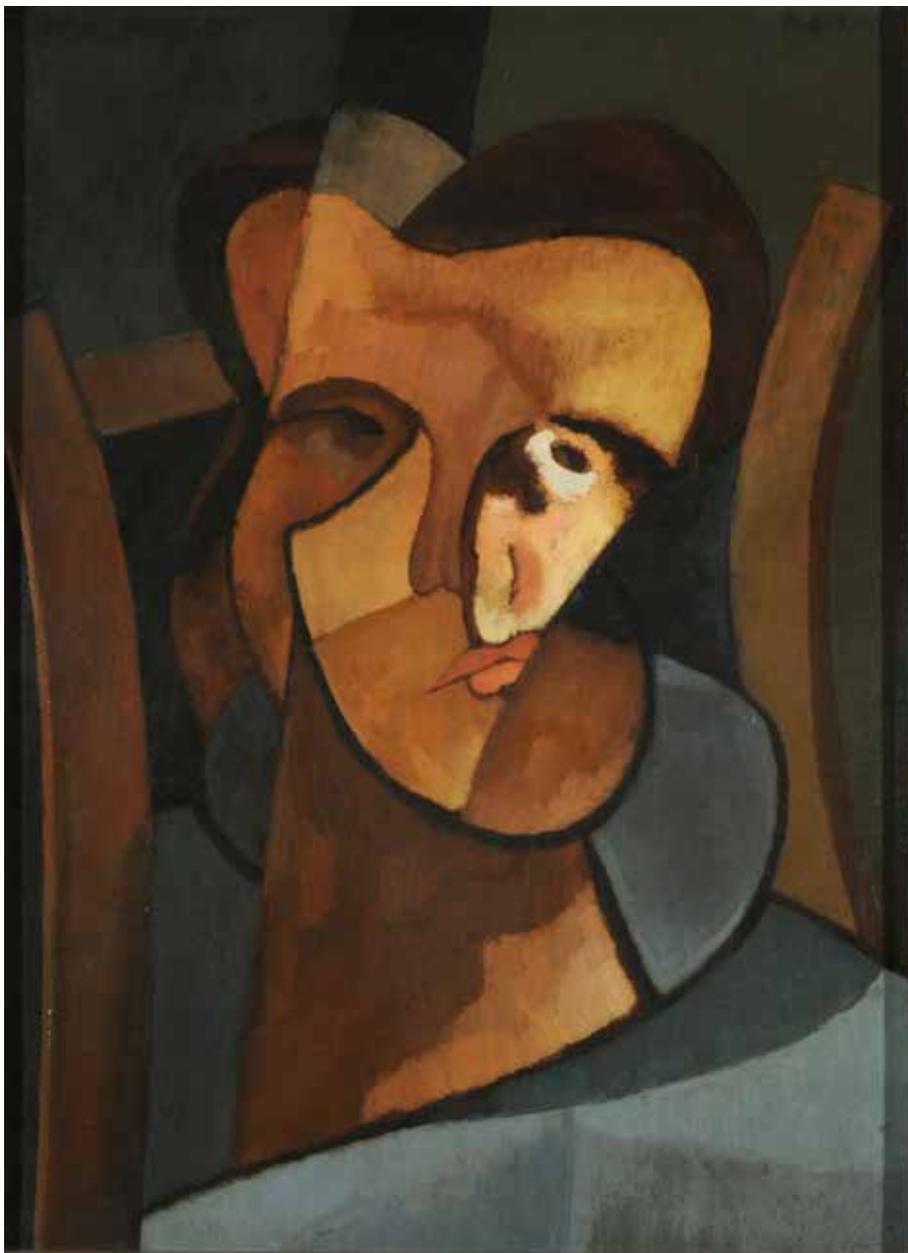


Figura 2 :: Emilio Pettoruti, *Autorretrato*, 1918, óleo sobre hardboard, 54 x 40 cm, MNBA, Buenos Aires.



Figura 3 :: Emilio Pettoruti, *Autorretrato*, 1925, óleo sobre cartolina, 50 x 40 cm, Fundación Pettoruti, Buenos Aires.

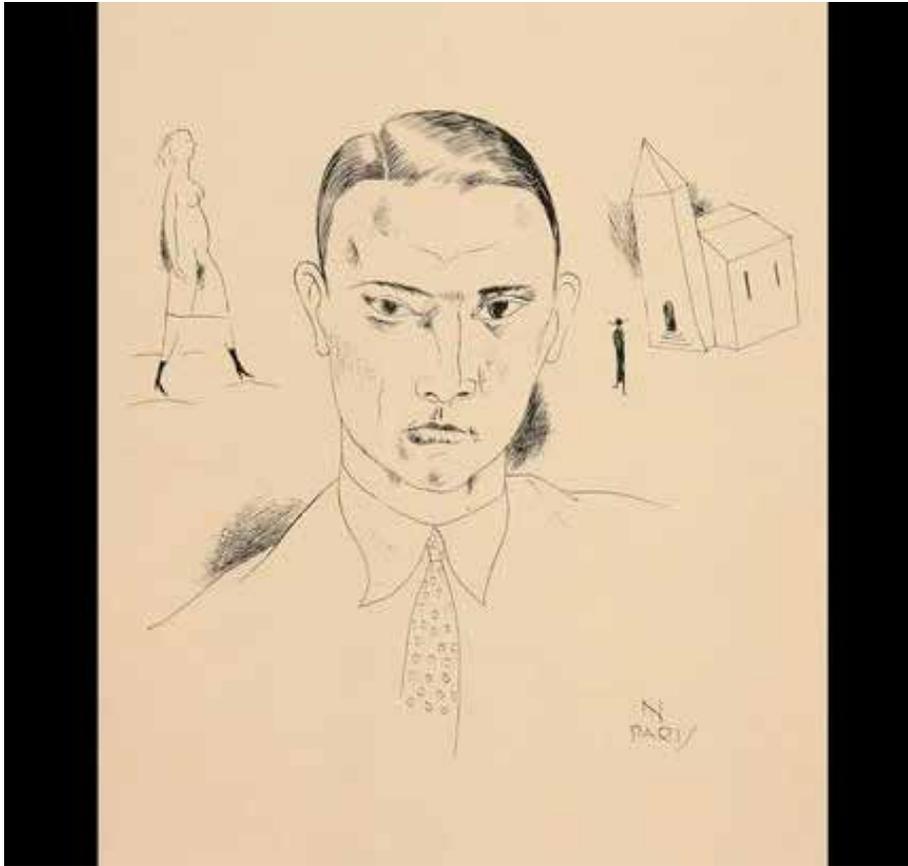


Figura 4 :: Ismael Nery, *Autorretrato e recordação*, 1927, tinta sobre papel, Coleção Roberto Marinho.

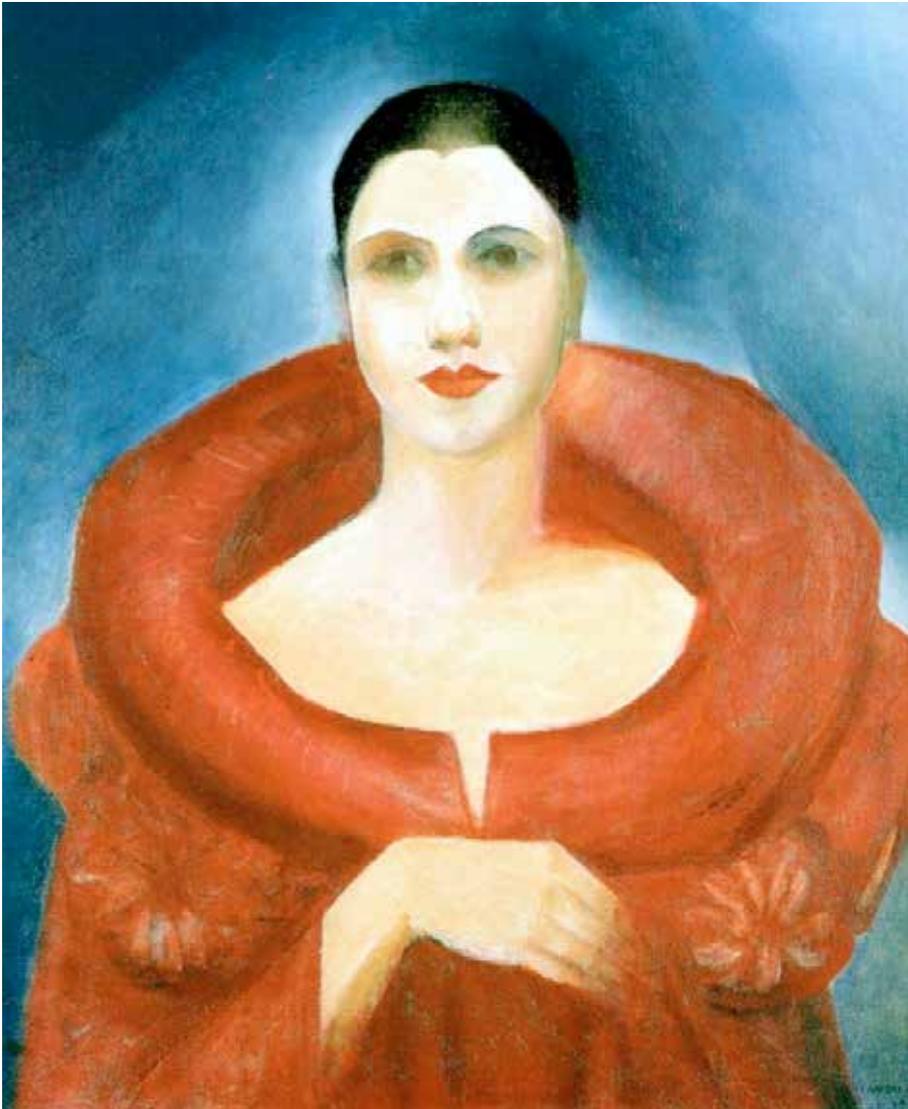


Figura 5 :: Tarsila do Amaral, *Auto-Retrato - Manteau Rouge*, 1923, óleo sobre tela, 73 x 60,5 cm, MNBA, Rio de Janeiro.



Figura 6 :: Tarsila do Amaral, *Auto-Retrato I*, 1924, óleo sobre papel-tela, 38 x 32,5 cm, Acervo Artístico-Cultural dos Palácios do Governo do Estado de São Paulo, Palácio Boa Vista, Campos do Jordão, São Paulo.

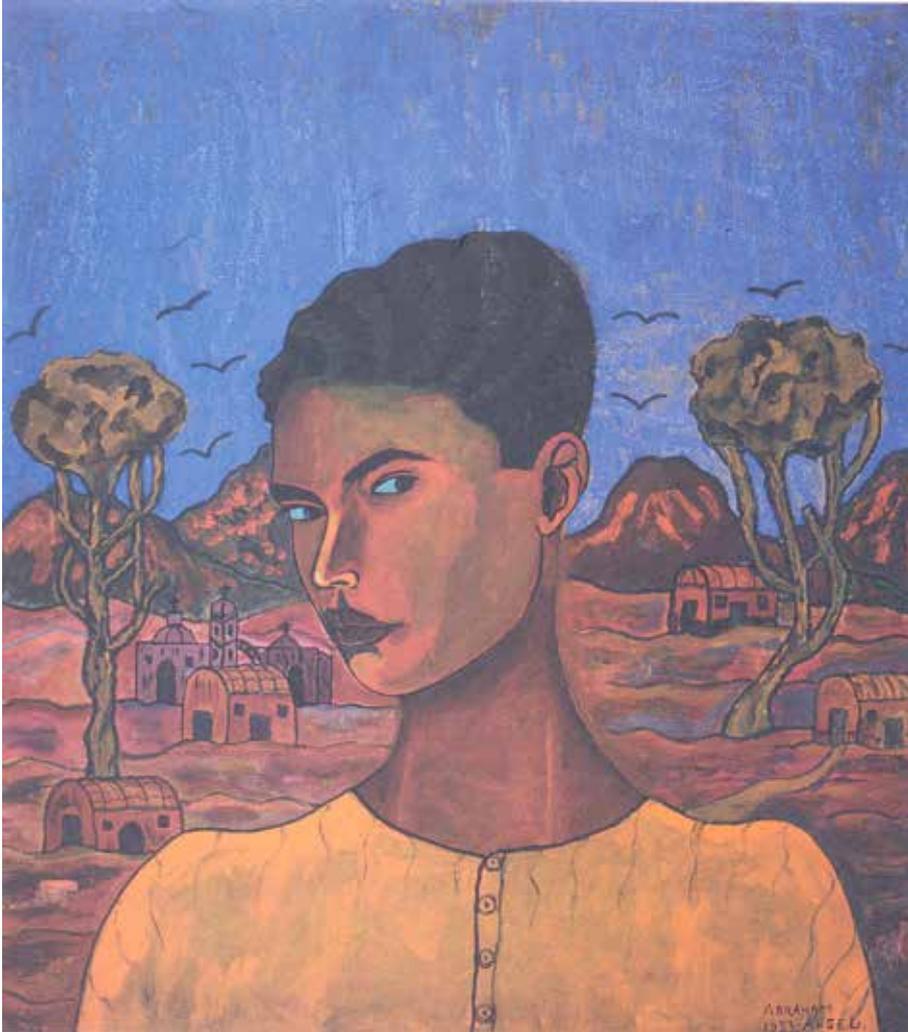


Figura 7 :: Abraham Ángel, *Autorretrato*, 1923, óleo sobre cartolina, 85 x 75,5 cm, MUNAL, INBA, México.



Figura 8 :: Ana Weiss de Rossi, *Autorretrato*, s/f, óleo sobre tela, 68 x 53 cm, Museo Provincial de Bellas Artes Rosa Galisteo de Rodríguez, Santa Fé.

Referências

- AMARAL, Aracy. *Ismael Nery: 50 anos depois*. São Paulo: MAC-USP, 1984.
- _____. *Artes plásticas na Semana de 22*. São Paulo: Editora 34, 1998.
- _____. *Tarsila. Sua obra e seu tempo*. São Paulo: Editora 34, Edusp, 2003.
- ARTUNDO, Patricia. *Artistas modernos rioplatenses en Europa 1911-1924. La estrategia de la vanguardia*. Buenos Aires: Malba, 2003.
- _____. *Mário de Andrade e a Argentina: um país e sua produção cultural como espaço de reflexão*. São Paulo: Edusp, 2004.
- BATISTA, Marta Rossetti. *Os artistas brasileiros na Escola de Paris. Anos 1920*. São Paulo: Editora 34, 2012.
- BERGER, John. *Selected essays and articles. The look of things*. Harmondsworth: Penguin Books, 1972.
- BORZELLO, Frances. *Seeing ourselves. Women's selfportraits*. London: Thames and Hudson, 1998.
- CHIARELLI, Tadeu. "As margens do modernismo", em Denise Mattar (org.) *Ismael Nery: 100 anos, a poética de um mito*. Rio de Janeiro/São Paulo: Centro Cultural Banco do Brasil, Fundação Armando Álvares Penteado, 2000
- DEBROISE, Olivier. *Figuras en el trópico. Plástica mexicana 1920- 1940*. Barcelona: Océano, 1983.
- FAVELA, Ramón. *Diego Rivera: the cubist years, 1913-1917*. Arizona: Phoenix Art Museum, 1984.
- _____. *El joven e inquieto Diego María Rivera (1907-1910)*. México: INBA-Museo Estudio Diego Rivera, 1991.
- GOTLIB, Nadia. *Tarsila. A modernista*. São Paulo: SENAC, 2000.
- HERRERO, Pedro. "Nuestros artistas. Una entrevista con los esposos Rossi". *Revista de arte*, a. 5, 1926, s/p.

Ismael Nery: *100 anos, a poética de um mito*. Rio de Janeiro/ São Paulo: Centro Cultural Banco do Brasil, Fundação Armando Álvares Penteado, 2000.

ITURBURU, Cayetano Córdoba. *Pettoruti*. Buenos Aires: Academia Nacional de Bellas Artes, 1980.

MENDES, Murilo. *Recordações de Ismael Nery*. São Paulo: Edusp, 1996.

MICELI, Sergio. *Imagens Negociadas. Retratos da Elite Brasileira (1920-40)*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

MOLLOY, Sylvia. *Poses de fin de siglo. Desbordes del género en la modernidade*. Buenos Aires: Eterna Cadencia, 2012.

MOYSSEN, Xavier. *La crítica de arte en México 1896-1921*. México: IIEUNAM, 1999.

OLIVARI, Marcelo. "Ana Weiss de Rossi. Sus telas: imágenes de una vida". *Sirena*, Buenos Aires, 30 de julho de 1941.

PARKER, Rozsika; POLLOCK, Griselda. *Old mistresses. Women, art and ideology*. London: Pandora Press, 1981.

PAYRÓ, Julio E.. *Emilio Pettoruti*. Buenos Aires: Poseidón, 1945.

RAMIREZ, Fausto. *Modernización y modernismo en el arte mexicano*. México: IIE-UNAM, 2008.

RIVERA, Diego. *My art, my life: an autobiography*. MARCH, Gladys Stevens (org.). New York: The Citadel Press, 1960.

SIMIONI, Ana Paula. "Viajes progresivas x regresivas: las rutas múltiples de los artistas brasileños en París, años 1920". In *Las redes del arte. Intercambios, procesos y trayectos en la circulación de las imágenes*. Buenos Aires: CAIA, 2013.

SILVEYRA, M. Rojas. "Ana Weiss de Rossa". *Augusta*, vol. 3, nº 19, dezembro de 1919.

WECHSLER, Diana. "Pettoruti, Spilimbergo, Berni: Italia em el iniciático viaje a Europa" em D. Wechsler (coord.), *Italia em el horizonte de las artes plásticas. Argentina, siglos XIX y XX*. Buenos Aires: Asociación Dante Alighieri, 2000.

_____. "Crítica y arte de vanguardia" em *Papeles en conflicto. Arte y crítica entre la vanguardia y la tradición. Buenos Aires (1920-30)*. Buenos Aires: Instituto de Teoría y Historia del Arte "Julio E. Payró", FFyL, UBA, série monográfica nº 8, 2003.

Recebido em 02/02/2016

Aprovado em 22/06/2016

O ARTISTA-GRAVADOR – anos 1950/60: gravura meio de expressão? *Métier* como tradição?

Maria Luisa Luz Tavora¹

Resumo

O ofício da gravura no ocidente iniciou-se como processo de artesanania em meados do século XVI, na Europa. Neste momento, a técnica prestava a documentação e reprodução de obras de pintores famosos do período. É somente a partir do século XX que a gravura se torna instrumento de criação artística: a partir do movimento das vanguardas ocorre o estabelecimento da gravura como obra única. No Brasil, tal trajetória não foi diferente, seguindo sempre os moldes europeus e tem-se conhecimento da gravura como expressão e conseqüentemente da busca de sua valorização a partir do ano de 1914, por Carlos Oswald. O presente artigo analisará a trajetória da técnica da gravura dentro e fora do Brasil, buscando compreender como se deu o processo de reconhecimento desta técnica como obra de arte.

Palavras-chave: Gravura. Arte brasileira. Vanguardas artísticas. Carlos Oswald.

The engraving artist in the years 1950/60: engraving means of expression? *Métier* as a tradition?

Abstract

The work with engraving in the west part of the world started as craftwork in the 16th century, in Europe. In that moment, the technique was used to document and reproduce famous painters work. It is only in the beginning of the 20th century that the engraving turns to an instrument of artistic creation: it is only from the movement of the *avant-garde* that the engraving technique is established as a single work. In Brazil, this trajectory was not that different, following what was happening in Europe and it is known that the engraving as an expression and its appreciation started in 1914, with the artist Carlos Oswald. This article will analyze the trajectory of the technique

1

Professora de História da Arte
do Programa de Pós-Graduação em
Artes Visuais da EBA/UFRJ. E-mail:
marialuisatavora@gmail.com

of engraving inside and outside of Brazil, trying to understand how the process of recognition of this technique as work of art occurred.

Keywords: Engraving. Brazilian art. *Avant-Garde*. Carlos Oswald.

Como pensar a questão da autoria no campo da gravura? Mais precisamente, se situarmos essa autoria no amplo campo da “gravura artística”, lugar em que é pensada como instrumento da criação artística moderna? A gravura artística no Brasil tem, paradoxalmente, uma tradição moderna.

Que exigências a natureza múltipla da gravura, questão central de sua tradição, faz pesar sobre sua atividade, seu processo artístico na contemporaneidade? Como ser autor na emergência de outro perfil de sua atividade que o nomeia como “artista-gravador”?

Nossos estudos sobre a gravura artística no Brasil centram-se nas poéticas informais e suas questões problematizadas pelos artistas gravadores das décadas de 1950 e 1960, no Rio de Janeiro.

No título proposto para este texto, expomos, desde logo, um problema histórico da trajetória da gravura, dois lugares de seu trânsito a serem considerados em nossas reflexões sobre a temática da autoria. Para nossas considerações acerca da questão, vamos nos situar no momento, de ativação da gravura artística, vivido no Rio de Janeiro, nos anos 50 e 60. Nesses anos, a produção da gravura constituiu um fruto tardio do processo de sua integração como meio autônomo de criação artística. Entre nós, tal processo teve sua gênese histórica em 1914, a partir da atuação de Carlos Oswald junto à oficina de gravura montada no Liceu de Artes e Ofícios, no Rio de Janeiro.

Em nossa abordagem, retomamos algumas questões que nos têm mobilizado na pesquisa sobre a ativação da gravura identificada naqueles anos.

No processo de desenvolvimento da gravura ocidental, muitos foram os embates para sua consolidação como instrumento de criação moderna, o que redundou em um perfil inovador, o do artista-gravador.

O ARTISTA-GRAVADOR – anos 1950/60: gravura meio de expressão?
Métier como tradição?
Maria Luisa Luz Tavora

No continente europeu, em suas origens, era praticada e valorizada como técnica multiplicadora e, nessa condição, seu processo de desenvolvimento acusa um interesse centrado em seus aspectos artesanais.

Na Europa, essa visão tinha sido consolidada, no século XVI, por intermédio do gravador Marco Antonio Raimondi (1480-1534) que passou a documentar e a registrar com o buril² obras famosas de pintores e desenhistas.

Rapidamente, os artistas cujas obras foram reproduzidas perceberam a importância da gravura como meio de divulgação de seus trabalhos, garantindo por meio de encomendas a atividade intensa dos gravadores.

Tal situação contribuiu para lançar a gravura à pesquisa de outros procedimentos técnicos que se aproximassem, cada vez mais, dos valores tonais dos trabalhos reproduzidos.³

Difundiu-se assim a gravura de reprodução e de documentação que resultava do trabalho técnico de alguém que fazia cópias dos originais criados pelos artistas (autores do desenho e da composição). Nesse processo, a unidade do trabalho do artista era rompida: de um lado, permanecia o artista, criador de imagens; e, do outro, o gravador, artesão habilidoso e qualificado em técnicas de reprodução. A estampa final correspondia, então, à soma de todas as contribuições, de todos os caminhos percorridos, garantindo adimensão coletiva da obra.

Dentro dessa nova realidade, concentrada na eficácia da reprodução, a gravura em madeira sofreu um retraimento, até que, no século XVIII, o gravador e ilustrador inglês Thomas Berwick (1753-1828) apresentou, em Londres, um novo processo de gravação de madeira que ficou conhecido como gravura de topo.⁴ A partir de então, essa técnica recuperou para a xilogravura sua contribuição para a ilustração em livros, jornais e revistas, situação que se manteria até o século XIX, quando a litografia passou a ser largamente utilizada, expandindo o uso da gravura para além da esfera comercial, caso, por exemplo, de Honoré Daumier (1808-1879), com suas crônicas visuais (charges) do cotidiano parisiense, no jornal *Charivari*.

Dá-se, assim, a reversão desse quadro, na segunda metade do século XIX, diante da incorporação de processos fotomecânicos de impressão,

2

O buril é uma ferramenta concebida para retirar o metal, deixando atrás de si sulcos triangulares. Essa técnica, de ataque direto ao metal constitui um dos processos mais difíceis de gravação, exigindo do artista mão firme no uso desse instrumento para a exploração do ponto e da linha, vocabulário específico da técnica.

3

Sobre a gênese e o desenvolvimento dos processos da gravura em metal ver ROUIR, Eugène (1971).

4

Nessa técnica, a matriz é obtida pelo corte da madeira no sentido perpendicular ao eixo da árvore. A superfície da matriz a ser gravada não apresenta fibra nem nervura, permitindo um desenho com traços unidos e a obtenção de cores compactas, sem a respiração da madeira. Essa técnica passou então a ser muito utilizada na ilustração de livros e jornais. Sobre o assunto, ver BURNNER (1975) e ROGER MARX(1963).

O ARTISTA-GRAVADOR – anos 1950/60: gravura meio de expressão?
Métier como tradição?
Maria Luisa Luz Tavora

quando são colocados em discussão seus fins e meios no campo das experiências internacionais, realizadas por pintores-gravadores europeus.

Formaram-se grupos de artistas, as Sociedades dos Aguafortistas (1862) e dos Pintores Gravadores Franceses (1889), interessados em explorar as possibilidades expressivas da gravura, por meio das técnicas mais tradicionais da madeira e do metal.⁵

O mundo artístico europeu incorporava a gravura original como linguagem, campo criativo e de expressão, deslocando-a para o âmbito das artes visuais, no qual a pintura e a escultura buscavam consolidar-se modernamente como exercício instrumental de experiências do artista no mundo. A gravura alemã do movimento expressionista constitui referência fundamental para essa abordagem.

Até por volta de 1750, raridade a gravura feita por pintores. A estampa encerrava um ofício habilidoso cujas virtudes, na aplicação de recursos técnicos, buscavam a perfeita aparência da obra de arte que interpretavam e reproduziam. Sua função precípua era a valorização do múltiplo. Aos poucos, o interesse por esse meio ganhou espaço junto aos artistas, particularmente entre os pintores. São os pintores-gravadores responsáveis por tal ambivalência inelutável: de um lado, a gravura como meio técnico para a reprodução de obras de arte; e, de outro, um meio técnico para criar obras de arte.

Para a crítica de então, a incorporação do caráter expressivo passa a constituir algo à parte: “gravam água-forte com espírito” (ADHEMAR, 1959, p. 186). O século XIX registra uma produção significativa de gravura -- dez mil por ano, trinta por dia --, produção partilhada entre as duas categorias -- *métier* e meio --, similares em sua materialidade e divergentes em sua função. Peças documentais e gravura de artistas, como: Renoir, Corot, Manet, Cézanne, entre outros, disputavam a atenção do mercado.

No caso dos artistas, o interesse vai se voltar para as técnicas da água-forte e da litografia. Todavia, o público não compreendia a gravura dos pintores, conforme escreve o estudioso Jean Adhemar: “Todo mundo prefere, a estes ensaios “inábéis”, as gravuras de reprodução, no espírito das do século XVIII” (ADHEMAR, 1959, p. 186), oportunidades de oferecer,

5

Fizeram parte dessas sociedades artistas: Manet, Daumier, Jongkind, Dégas, Pissaro, Courbet e Eugène Boudin. Atravessando o século, em 1923 foi fundada por Laboureur e Dufy, a Sociedade dos Pintores-Gravadores Independentes que se fundiu à antiga Sociedade dos Pintores-Gravadores Franceses, da qual participaram artistas como: Matisse, Braque, Picasso e Vlaminck. Em 1938, Pierre Guastalla organizou também outra sociedade, A Jovem Gravura Contemporânea, nos mesmos moldes das anteriores. Ver: BERSIER (1984, p. 312). Em 1963, essa última sociedade contava com 25 membros titulares gravadores dentre os quais Johnny Friedlaender e Stanley William Hayter, artistas cuja presença foi relevante no processo de ativação da gravura nos anos 50 e 60, no Brasil. O primeiro deu o curso inaugural do Ateliê do MAM-Rio, em 1959, quando também expôs sua obra. O segundo, além de expor no mesmo Museu, em 1957, publicara em 1949, com segunda edição em 1966, *New Ways of Gravure*, livro que circulou muito entre os nossos gravadores dos anos citados.

O ARTISTA-GRAVADOR – anos 1950/60: gravura meio de expressão?
Métier como tradição?
Maria Luisa Luz Tavora

por exemplo, um virtuoso trabalho artesanal com o buril, técnica mais seca e de execução mais demorada.

As gravuras com espírito, tidas como ensaios inábeis, frustravam no público as expectativas de reforço da tradição técnica, provocando um divórcio entre o gravador-artista e o público.

Em um mundo que desbancou o artesanato diante do interesse crescente e imperioso pela industrialização da imagem, os pintores possibilitaram uma sobrevivência à gravura, articulando as antigas técnicas de reprodução incorporando-lhes um caráter reflexivo, desenvolvendo pesquisas, encontrando lugar para a espontaneidade, demarcando-as como exercício instrumental de experiências do sujeito no mundo.

O interesse pelo virtuose, o homem do *métier*, manteve-se numa realidade à parte, específica dos produtores de selo ou das casas da moeda. A evolução da técnica fotográfica e, mais recentemente, dos procedimentos possibilitados pelos computadores vai responder mais eficazmente às demandas da impressão e reprodução de imagem. A gravura, pensada em outra dimensão, “passou dos ateliês dos impressores para os ateliês de artistas, das livrarias para os museus e galerias de arte” (MELOT, 2002, p. 10). Todavia, os gestos do gravador e, sobretudo, o do impressor, com entintamentos e tiragens sofisticadas, continuam a fascinar os críticos e apreciadores, que os tomavam no contexto de uma verdadeira liturgia. A placa gravada permanece como cicatriz das incisões dos burinistas e aguafortistas, alimentando a imaginação do observador na busca pelo gesto primário e primordial. Gesto arcaico transformado em mistério que habita ainda a estampa original moderna. Transforma-se em um verdadeiro mito (TAVORA, 1988). O crítico Maria Pedrosa manifesta essa situação ao afirmar: “A gravura é assim uma fatalidade artesanal [...] A arte da gravura tem algo de arcaico que faz o seu encanto.” (PEDROSA, 1957)

Impregnada dessa dimensão simbólica, e prova única de um exemplar de série, a gravura impõe-se na modernidade como instrumento para a criação artística. Diferencia-se das imagens produzidas industrialmente por meio da particularização das tiragens e dos diferentes estados, segundo o dispositivo da assinatura manuscrita, estratégia de singularização, tradicionalmente própria ao desenho e à pintura. A autoria era identificada

com iniciais gravadas no corpo da imagem, diretamente na matriz. No caso de Albrecht Dürer (1471-1528), era usado um anagrama no lugar da assinatura.

Data de 1961, a fixação das normas que regularam a autoria da obra gráfica, definidas na Convenção de Genebra: assinatura a lápis na margem inferior junto à imagem, à direita do papel. Temos a autoria definida e confirmada pela assinatura.

Associada às concepções estéticas das vanguardas históricas, a gravura artística ganha a dimensão de obra única a ser reproduzida e variada, segundo as necessidades expressivas de seus autores. O valor do múltiplo perde a centralidade na ação do artista gravador. Esse se lança a apropriações cada vez mais livres e audaciosas de procedimentos, incluindo aí misturas de técnicas, como “uma espécie de profusão da raridade” (MELOT, 2002, p. 14), lugar da autoria preservada, marca da gravura na modernidade.

Em um novo estágio de valorização, a gravura no século XX requer para seu reconhecimento como obra de arte o alargamento do conceito de originalidade, por sua vez, atribuído aos desenhos e pinturas, pelas diferentes instâncias do campo artístico. Tal conceito vai se desprender da questão da unicidade, abordagem que, no caso da gravura, limita-se à sua condição e aspectos técnicos. O reconhecimento da gravura original como obra de arte supõe a compreensão da multiplicidade e da pluralidade como modalidades de existência.

Parece solucionada a ambiguidade histórica da gravura, provocada pelos gravadores artistas. Passa então a gravura original a ser confrontada com outros contextos teóricos, integrada ao campo da arte, a partir de sua poética e singularidade. Singularidade construída pela “interconexão no processo criador entre os dois suportes constitutivos da obra e que são o fundamento de sua poética, quer dizer, de seu processo de instauração como obra de arte” (MALENFANT, 2002, p. 18).

Constitui ainda singularidade da gravura, modernamente concebida, o fato dos artistas assumirem o processo de execução da obra, concepção, gravação e impressão da imagem, mobilizados pelo interesse de experimentação por meio da produção de estampas diferenciadas. Nesse

O ARTISTA-GRAVADOR – anos 1950/60: gravura meio de expressão?
Métier como tradição?
Maria Luisa Luz Tavora

contexto, a afirmação de René Berger, sobre as tiragens feitas pelos artistas, permite a ressignificação do processo de multiplicação: “A reprodução não é simplesmente um fenômeno de repetição, como sustenta ainda um pensamento que vai buscar suas razões na etimologia ou no hábito. Ela corresponde a um conjunto de operações numerosas e complexas que fazem dela uma produção” (BERNER apud AYALA, 1973). O processo de gravar revela-se então como um ato criativo em todas as suas etapas, nele desdobrando uma marca autoral.

Nessa interconexão dos suportes, a etapa de impressão ganha dimensão conceitual, ela também, colocando em questão as técnicas de multiplicação. Com base nesse entendimento, o gravador inaugura registros de qualidades visuais, processo que se desdobra até a atualidade, engendrando caminhos originais de inter-relação com outras práticas, como a fotografia, a infografia e a impressão, num processo de desconstrução das especificidades dos meios envolvidos. Nicole Malenfant resume com propriedade as exigências que pesam sobre a gravura original, em seu estágio contemporâneo:

A singularidade deve de fato emergir através de uma experimentação estética individual que saberá renovar não somente sua presença material e simbólica mas também suas relações dialógicas no lugar de exposição, lá, onde doravante, a estampa se manifesta como um dos campos de experimentação da arte contemporânea. (2002, p. 19)

Entendemos ser pertinente aproximar as considerações e reflexões trazidas até o momento às manifestações da gravura moderna no Brasil, gravuras geradas “com espírito”. Sua prática engajou procedimentos inéditos, deslocamentos e técnicas tradicionais, buscando recursos que se ajustaram à elaboração de diferentes poéticas.

No Brasil, falar das iniciativas que concorreram para a consolidação da gravura como linguagem expressiva é referir-se ao que foi produzido entre nós, a partir da primeira década do século XX até os dias de hoje. Em séculos anteriores, a gravura aqui produzida restringiu-se às técnicas de reprodução e documentação, numa trajetória afinada à gravura europeia tradicional.

O ARTISTA-GRAVADOR – anos 1950/60: gravura meio de expressão?
Métier como tradição?
Maria Luisa Luz Tavora

Inicialmente, as gravuras documentais dos costumes dos nativos, da flora e fauna tropicais foram realizadas por estrangeiros que aqui passaram recolhendo imagens do novo mundo para publicações europeias. Depois, no século XVIII, por intermédio de alguns padres jesuítas, foram realizados trabalhos de reprodução em metal. Notícias mais precisas situam, no início do século XIX, a existência de gravadores dedicando-se a diferentes técnicas de gravura como metal, madeira e litografia.

Com a vinda da Família Real para o Rio de Janeiro, foram criadas instituições que ativaram a produção local. A Impressão Régia, o Arquivo Militar, a Estamparia de Chitas e a Real Fábrica de Cartas de Jogar utilizaram os processos mais diversos de gravar. Todavia, sua produção limitou-se a um papel puramente técnico, utilitário, comercial, incluindo ilustrações de faturas e papéis comerciais, matérias publicitárias, além da variante documental. Podemos assim afirmar, que as gravuras aqui realizadas no século XIX cumpriram muito mais uma função utilitária do que estética e, nesse âmbito, os valores buscados concentravam-se numa artesanaria, em que a destreza manual e o aprimoramento técnico constituíam fundamentos para a avaliação dos resultados.

Como afirmamos de início, a apropriação da gravura como forma de expressão deu-se em nosso País, em 1914, por Carlos Oswald (Florença, 1882; Rio de Janeiro, 1971), que fora tocado pelas propostas dos movimentos europeus, aqui já referidos, em favor da divulgação de técnicas de gravura como a água-forte, xilogravura e litografia, integradas às propostas plásticas dos artistas. Esse artista envolveu-se no ensino da gravura em metal no ateliê do Liceu de Artes e Ofícios, no Rio de Janeiro, buscando divulgá-la junto aos artistas das outras linguagens. Lamentavelmente, a compreensão da gravura como um ofício menor estava profundamente arraigada nas mentes daqueles artistas, não tendo sido suficiente a experiência e a oportunidade que Oswald lhes ofereceu para a reestruturação do tradicional entendimento.

O clima de liberdade estética de que gozavam os alunos desse ateliê gerou conflituosas relações dos mestres com a Instituição, cuja diretoria buscava ver garantida a formação do gravador, artesão qualificado para as demandas práticas comerciais. A tensão entre *métier* e meio expressivo

O ARTISTA-GRAVADOR – anos 1950/60: gravura meio de expressão?
Métier como tradição?
Maria Luisa Luz Tavora

acompanhou a ação institucional da Carlos Oswald. Com esse artista iniciou-se a história moderna da gravura entre nós, “uma história de insistências” (DOCTORS, 1984, p. 61), que incluiu outros protagonistas de peso como Oswaldo Goeldi (1895-1961), Lívio Abramo (1903-1992) e Lasar Segall (1891-1957).

O trabalho solitário de tais artistas afirmou o caráter moderno da gravura e a conseqüente renovação conceitual de sua autoria. As obras desses três pioneiros, articuladas dentro dos princípios da estética expressionista, consolidou essa via como uma verdadeira tradição da gravura artística no Brasil. Realidade que explica nossa “tradição moderna” no campo da gravura.

A partir da década de 1950, produziu-se de maneira significativa gravura de arte, em nosso País, fato que está estreitamente ligado à abertura de cursos e ateliês coletivos. Essa ativação e expansão da gravura deu-se em diferentes centros como: São Paulo, Rio Grande do Sul, Pernambuco, tendo o Rio de Janeiro ocupado posição de destaque, centro emergente e irradiador enquanto capital do País naquele período.

A sistematização do ensino da gravura artística constituiu um dos móveis para sua ativação e sua valorização. Várias instituições estiveram envolvidas nesse processo, contribuindo, segundo suas especificidades, para a formação de novas gerações de artistas gravadores.⁶ Dá-se a problematização do próprio meio expressivo através de uma livre experimentação.

Uma nova geração de artistas-gravadores superou a figuração tradicional, distanciando-se do realismo e das marcantes contribuições do expressionismo nórdico. São inauguradas outras questões com a possibilidade de experimentação pela gravura. A atualidade da obra gravada criou, nos anos 50 e 60, um território tensionado de disputas estéticas, políticas e institucionais.

A crítica de arte, combatendo ou legitimando o que era feito com a gravura, inscrevia-se no processo de construção histórica dessa linguagem. Aderimos ao pensamento de Pierre Bourdieu, para quem o discurso sobre a obra é mais um momento da própria produção da obra, oportunidade de manifestação de seus sentidos e valores.(BOURDIEU, 1996)

6

Ateliês de gravura da Escola Nacional de Belas Artes (1951); da Escolinha de Arte no Brasil (1952); do Instituto Municipal de Belas Artes (1953); e, antes dos anos 50, do Liceu de Artes e Ofícios (1914) e o Curso de Desenho de Propaganda e de Artes Gráficas, da Fundação Getúlio Vargas (1946).

A disponibilidade experimental que acompanhou a ativação da gravura artística, naquele período, promoveu ênfase nos procedimentos técnicos tanto na análise crítica da produção em curso quanto na criação das obras. O domínio técnico procurado pelos artistas-gravadores, por um lado; e a subversão ou deslocamento de certos princípios da tradição gráfica, pensada como *métier*, por outro, atendia a um interesse de ordem estética, da criação artística, abrindo caminhos de revisão dos fins da gravura e a afirmação do perfil de seu autor, nos termos da arte moderna.

Há na crítica de arte, em textos dedicados à gravura, sua afirmação como meio expressivo, linguagem moderna. Todavia, nos mesmos escritos, revela-se um desconforto com o experimentalismo desenvolvido pelos gravadores diante da tradição do *métier*. Constrói-se, assim, um discurso ambivalente. Escapa-lhe que o experimentalismo frutifica no exercício da liberdade que subjaz à criação moderna que, por sua vez, funda uma necessária desconfiança nas habilidades técnicas, dando chances ao questionamento do próprio meio.

Em texto que problematiza os destinos do ensino da arte, Thierry de Duve opõe os termos “meio” e *métier*, esquematizando seus sentidos em perspectivas diferenciadas. Seu pensamento contribui para a compreensão da confusa fronteira em que se situava a crítica à gravura artística, nos anos 50 e 60, no Brasil. Afirma ele: “O *métier* obtém transmissão, o meio obtém comunicação; o *métier* obtém conhecimento, o meio ganha a descoberta; o *métier* é uma tradição, o meio uma linguagem; o *métier* descansa na experiência, o meio fia-se na experimentação” (DE DUVE, 2003, p. 98).

Embora a crítica se mobilizasse em afastar a gravura do puro entendimento de técnica de multiplicação de imagens, questão que não fazia mais sentido, se pensarmos na atuação dos pioneiros aqui citados, oferecia textos atravessados por uma adjetivação e expressões que celebravam o artista diante de seu ofício, como, por exemplo: “apuro técnico”, “refinado”, “integridade da gravura”, “segurança técnica”, “mestria técnica”, “técnica segura”, “leitmotiv da obra”, “seriedade na condição técnica”, “não violação do espírito da gravura”.

Tais evocações buscavam validar a seriedade, a honestidade do artista num discurso em que, por vezes, operava uma desqualificação,

O ARTISTA-GRAVADOR – anos 1950/60: gravura meio de expressão?
Métier como tradição?
Maria Luisa Luz Tavora

sobretudo do processo intuitivo da gravura abstrata. A contrapartida para a apresentação da obra, cujo agenciamento estético lhes escapava, era enfatizar as conquistas técnicas do ofício do gravador, o que garantiria o valor da obra.

No caso dos artistas gravadores abstratos informais, esses promoviam um esgarçamento da ideia de *métier*, acirrando polêmicas relativas ao campo do saber das artes gráficas. A constante evocação do legado da tradição da gravura no âmbito da técnica, realizada pela crítica, trazia subjacente uma desconfiança na natureza dos procedimentos técnicos, expandidos por seus autores.

Os artistas gravadores, buscando potencializar a gravura como instrumento de criação artística, voltam-se para seus próprios elementos constitutivos, descortinando possibilidades e enfrentando desafios na elaboração de suas poéticas. Transformavam as provocações da matéria / da técnica em “acazos significativos” (OSTROWER, 1990, p. 257).

No desenvolvimento do trabalho, o artista percebe elementos e fatos que incorpora à imagem criada. A estruturação da obra é espontânea e não gratuita. Na construção espontânea da obra, na incorporação de “acazos significativos”, e na ação sobre a materialidade da matriz opera-se uma busca de interioridade.

Nos anos 50 e 60, nossa arte apresentava um interesse legítimo pela cultura da subjetividade expandida, da interioridade objetivada na ação sobre a materialidade da obra. Essa é a realidade do artista da tendência abstrata informal. O artista subtrai-se a sistemas de formas pré-existentes de determinada culturaplástica, fazendo da execução de sua obra um registro dos seus processos criativos. Destaca-se o papel organizador da mente inconsciente e dos processos mentais dinâmicos no ato criador.

Tal é o caso da gravadora Fayga Ostrower que cria uma peculiar construção espacial, emprestando musicalidade à sua gravura abstrata. A artista quer “saber” o espaço, sem todavia violar com esquemas simplificados a vitalidade através da qual este se manifesta (TAVORA, 1990). Regida por princípios que lhe são interiores, trabalha no âmbito de uma ordem que se concretiza na adequação a uma vontade de criação.

O ARTISTA-GRAVADOR – anos 1950/60: gravura meio de expressão?
Métier como tradição?
Maria Luisa Luz Tavora

A estruturação de sua gravura se distancia de uma norma plástica. Mas o crítico Mario Pedrosa, ainda que reconhecesse a singularidade operosa de Fayga, faz a seguinte observação a respeito de seu processo de trabalho:

Ela brinca com o acaso como uma gata com o camundongo. Ao criar, Goeldicomete violenta ação intencional; Lívio, um ato material completo em si, desinteressado; Fayga apenas contempla ou sonha, captando ou tirando, como uma Verônica leiga, das coisas sobre que mal roçou, as formas suarentas desse distante contato. Fayga é forte, caminha por si só, sabe o que faz. Mas o seu exemplo não é para ser seguido. (PEDROSA, 1981, p. 103)

No caso da gravura abstrata de Edith Behring, o crítico Clarival do Prado Valladares, reconhecendo a matéria elaborada e requintada como seu fundamento, apressa-se em afirmar: “Nada de incidental, de gratuito ou de propositadamente pouco definido. A laboriosidade de Edith Behring comanda o sentimento intuitivo [...]” (VALLADARES, 1971, p. 9). O crítico afasta da gravura da artista a ideia de pura gratuidade de soluções que obtém com o ácido. Mas os possíveis acidentes de percurso dessa química são contemplados com muito labor, o que não desperta sua atenção. O crítico fixa-se nas questões do ofício do gravador ao qual está associada a noção de labor.

Para uma crítica que, a nosso ver, se situa numa confusa fronteira entre a exigência de uma fidelidade ao *métier* e da atualização dos princípios da criação moderna, a referência a certo estado de maestria parece trazer garantias artísticas às gravuras analisadas. Ao tratar das obras de Roberto De Lamônica, Mark Berkowitz escreve: “[...] um gravador sério não se apresenta ao público sem dominar a técnica, sem transformá-la em instrumento a ser utilizado à vontade” (BERKOWITZ, 1962, s/p). A exploração da matéria da matriz na gravura em metal, processo que demanda libertação de regras rígidas de uso da química do ácido, é compreendida como improvisação, falta de conhecimento. A obra precisa estar fundada “numa lição de ofício e vivência, onde a perfeição da tiragem” possa revelar que o resultado

O ARTISTA-GRAVADOR – anos 1950/60: gravura meio de expressão?
Métier como tradição?
Maria Luisa Luz Tavora

esteja longe da improvisação, como afirma o crítico Walmir Ayala, a propósito da gravura de Marília Rodrigues. (AYALA, 1973, p. 2). Muito frequentemente, espera-se do gravador esse domínio técnico absoluto que reflete o controle do autor sobre a obra. Há uma desconfiança em relação ao caráter experimental na abordagem da técnica gráfica, em proveito de soluções artísticas autorais. A crítica à gravura manteve-se presa à ideia de *métier*, celebrando-a como ofício, o que dificultou uma análise profunda do agenciamento das questões próprias à arte informal, processo vivido por Fayga Ostrower, Marília Rodrigues e Roberto De Lamônica, entre outros.

Com relação ao aspecto da reprodutibilidade, como já afirmamos, o valor do múltiplo perde em muitos casos a centralidade na ação do artista gravador. Esse artista se aventura a apropriações cada vez mais livres e audaciosas de procedimentos, incluindo misturas de técnicas, ou subvertendo o caráter multiplicador do *métier*, “uma espécie de profusão da raridade” (MELOT, 2002, p. 14) marcas da gravura na modernidade.

Lygia Pape, por exemplo, eliminando o “ranço expressionista”, como afirmava, transitou pela experimentação, mais voltada para o processo de exploração da madeira, privilegiando o momento da criação: “Eu utilizava a madeira porque curtia trabalhar com ela e com aquela tinta negra, viscosa e de cheiro suportável.” (PAPE, 1983, p. 44) Muitas vezes, a artista limitou-se a fazer tiragem de, no máximo, duas cópias, subvertendo toda uma postura em relação à gravura. Sua decisão de trabalhar com xilogravura deveu-se ao fato de esse meio responder e atender às suas necessidades expressivas, o fascínio pelo material e pela energia que ele desprende. A artista intuíacerta falência no processo de reprodução.

Segundo Lygia, a repetição da experiência, em si, não acrescentava nada ao seu processo criador. A revitalização da gravura, em Lygia Pape, passa pelo esquecimento de seu caráter multiplicador, característica que a seu ver a aproximaria das séries industrializadas, esvaziadas do frescor da criação. A ação sobre a madeira e a estampagem sobre o papel, espécie de espelho, funcionaram para a artista, mais como um registro da dupla natureza do ser e do não-ser. Tratava-se do registro de uma ausência -- da ação da matriz --, momento no qual as forças imaginantes moldam a matéria. Preocupada com a qualidade orgânica da madeira, Lygia preferiu

O ARTISTA-GRAVADOR – anos 1950/60: gravura meio de expressão?
Métier como tradição?
Maria Luisa Luz Tavora

poupá-la de sucessivas reproduções, a fim de poder obter a luminosidade dos seus poros, elemento fundamental em suas composições. Os veios característicos de cada madeira importavam para o seu trabalho. “Sempre trabalhei no fio da madeira, e procuro deixar o material falar por si mesmo, independente, expressivo por si só” (PAPE, 1975, p. 3), afirmava a artista.

Para Anna Letycia, outra gravadora dos anos 60, com produção e pesquisa relevantes, a matriz também ganha sentidos diferenciados na construção da imagem gravada. Trabalhando com um repertório temático no qual se destacam os caracóis, elementos resgatados de sua infância passada em Teresópolis, no Rio de Janeiro, o metal é fragmentado. Recortada em formas de sínteses de caracóis, as matrizes-formas,- espirais e volutas, vão se prestar a um jogo imaginativo interminável de dinamização do espaço gravado. A cor, a matéria e a exploração de relevos acrescentam sentidos à sua gravura. Seu interesse por seres escondidos, arraigados a terra, constitui a marca de seu temperamento introvertido. Neles sua imaginação se refugia, impondo-se uma autoria. (TAVORA, 1999)

O interesse pelo virtuose, o homem do *métier*, manifestado por significativa parcela da crítica de arte em relação à gravura criou um desencontro de sentidos das obras analisadas com os desejos de seus autores. O tratamento dado à gravura como último reduto da artesanaria, num processo de verdadeira nostalgia, passa muitas vezes, ao largo das conquistas de seus artistas. Autores para além das exigências do ofício do gravador. Situavam-se na exigência moderna de constituir a gravura um meio de expressão artística para o exercício da liberdade de criação por ela proclamada.

Referências Bibliográficas

ADHEMAR, Jean. Quatro séculos de gravura francesa. *Catálogo Bienal de São Paulo*. São Paulo, 1959.

AYALA, Walmir. Lição de ofício. *Jornal do Brasil*, Caderno B, Rio de Janeiro, 4/6/1973.p.2.

BERKOWITZ, Marc. De Lamônica – *Catálogo Petite Galerie*. Rio de Janeiro, jul. de 1962, s/p.

BERSIER, Jean-E. *La gravure: les procédés, l'histoire*. Nancy, Berger-Levrault, 1984.

BRUNNER, Felix. *Manuel de la gravure*. Switzerland: Arthur Niggli, 1975.

BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo, Companhia das Letras, 1996, pp.196-197.

DE DUVE, Thierry. Quando a forma se transformou em atitude -- e além. *Arte & Ensaios*. Revista do Programa de Pós-graduação em Artes Visuais/ EBA/UFRJ, Ano X, n.10, 2003.

DOCTORS, Márcio. A insistência da marca. *Revista Módulo* (83), nov. de 1984.

MALENFANT, Nicole. "La singularité du multiple: l'estampe comme oeuvre d'art". In: NORONHA, Jorge de Sousa. *L'Estampe objet rare*. Paris, Ed. Alternatives, 2002.

MELOT, Michel. "La rareté générale de l'estampe". In: NORONHA, Jorge de Sousa. *L'Estampe objet rare*. Paris, Ed. Alternatives, 2002.

PAPE, Lygia. *Lygia Pape*. (Coleção "Arte Brasileira Contemporânea"), Rio de Janeiro, FUNARTE, 1983.

_____. *Jornal do Brasil*, Caderno B, 17/7/1975, p.3.

PEDROSA, Mário. "Fayga e os outros". In: *Dos murais de Portinari aos espaços de Brasília*. São Paulo, Perspectiva (Coleção "Debates"), 1981.

_____. *Jornal do Brasil*, 4/6/1957.

OSTROWER, Fayga. *Acasos e criação artística*. Rio de Janeiro, Campus, 1990.

ROGER MARX, Claude. *La gravure originale au XVIIIe siècle*. Paris, Editions Somogy, 1963.

O ARTISTA-GRAVADOR – anos 1950/60: gravura meio de expressão?
Métier como tradição?
Maria Luisa Luz Tavora

ROUIR, Eugène. *La gravure: des origines au XVIe Siècle*. Paris, Somogy, 1971.

TAVORA, Maria Luisa Luz. A gravura brasileira – anos 50/60 --como um movimento: Gênese de um Mito. *Gavea*, Revista do Curso de Especialização em História da Arte e Arquitetura no Brasil. PUC-Rio, n. 5, 1988, pp.42-56.

_____. *A gravura artística contemporânea posta em questão: anos 50 e 60*. Rio de Janeiro, FCS/UFRJ, 1999. Tese de doutorado.

_____. *O Lirismo na Gravura Abstrata de Fayga Ostrower*. Rio de Janeiro, EBA/UFRJ. Dissertação de mestrado.

VALLADARES, Clarival do Prado. Edith Behring e a escola de gravura contemporânea brasileira. *Jornal do Comercio*, Rio de Janeiro, 18/4/1971.

Recebido em 05/04/2016

Aprovado em 26/09/2016

Negros em espaços brancos: três quadros, uma só história

Maraliz de Castro Vieira Christo¹

Resumo

O presente artigo aborda a representação pictórica de negros a partir de três obras: *Cena de Família de Adolfo Augusto Pinto*, 1891, de Almeida Jr.; *Fascinação*, 1909, de Pedro Peres; e *Limpendo metais*, 1923, de Armando Vianna. As pinturas de gênero aqui analisadas evidenciam a presença negra em ambientes domésticos representativos da elite branca no período pós-abolição. As pinturas expõem a subjetividade negada a esse tipo social e comprovam a contínua exclusão a que foram submetidos, em cenas reveladoras da intimidade familiar burguesa. Buscam conquistar a empatia do observador, convidando-o a comover-se com a humanidade exposta nos temas apresentados.

Palavras-chave: Pintura de gênero. Representação pictórica de negros. Hierarquia social.

Blacks in white spaces: three pictures, one story

Abstract

This article approaches the pictorial representation of black people from three pieces: *Cena de Família de Adolfo Augusto Pinto*, 1891, painted by Almeida Jr.; *Fascinação*, 1909, painted by Pedro Peres; and *Limpendo Metais*, 1923, painted by Armando Vianna. The genre paintings analyzed here, promote the perception of black presence in domestic environment that are representative from white elite in post-abolition period. These paintings exposes the denied subjectivity to this social type and proves the continuous exclusion who were submitted in bourgeois family intimacy scenes searching to gain the empathy of the observer and inviting him to be touched with the humanity exposed in the themes presented.

Keywords: Genre paintings. Black people pictorial representation. Social hierarchy.

1

Professora de História da Arte do Programa de Pós-Graduação em História da UFJF. Pesquisadora do Conselho Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento (Pd CNPq). E-mail: maraliz.christo@gmail.com

Negros em espaços brancos: três quadros, uma só história
Maraliz de Castro Vieira Christo

No final do século XIX, a pintura de gênero aparece cada vez mais nas exposições de belas artes, assim como na decoração das residências. Entre os mais variados temas, cenas de interiores domésticos surgem com alguma constância, por vezes revelando silenciadas contradições.

Rafael Cardoso, ao refletir sobre a pintura de gênero no Brasil, durante a década de 1890, chama-nos atenção precisamente para este fato:

A arte brasileira começava a se voltar para dentro: não somente para o interior do país (os caipiras de Almeida Júnior), conforme sempre destacou nossa historiografia, mas para o interior das casas e das almas também. (...) o meio artístico finalmente refletia o amadurecimento suficiente para se dedicar a explorar aquilo que é mais propriamente do âmbito da arte: as agruras da condição humana. (CARDOSO, 2008, p. 475).

O presente texto visa analisar a representação de negros no período pós-abolição, com base em três obras que evidenciam sua presença no interior doméstico branco; são elas: *Cena de Família de Adolfo Augusto Pinto*, 1891, de Almeida Jr.; *Fascinação*, 1909, de Pedro Peres; e *Limpando metais*, 1923, de Armando Vianna.

Entre o animalzinho de estimação e o brinquedo



Figura 1 :: Almeida Jr. s/título (*Cena de Família de Adolfo Augusto Pinto*), 1891. Óleo s/tela, 106,0 x 137,0 cm., Pinacoteca do Estado de São Paulo.

O quadro de Almeida Jr. (1850-1899) apresenta a família de Adolpho Augusto Pinto (1856-1930)². A historiografia da arte brasileira se debruçou quase exclusivamente sobre a temática dos caipiras de São Paulo na obra de Almeida Jr., tomados como verdadeiros representantes da identidade nacional brasileira. A vasta e diversificada produção pictórica do artista, para além da temática caipira, foi relegada ao segundo plano, sendo a representação da família do engenheiro citada, quando muito, para enfatizar-se aspectos da modernidade burguesa do final do século XIX (MICELI, 2003; AMARAL, 2007; CHIARELLI, 2009; PERRUCCI, 2011). É justo lembrar que o quadro, hoje exposto na Pinacoteca do Estado de São Paulo, foi doado por uma das filhas de Adolpho, Carmen Pinto Hermanny, apenas em 1981, quando deixa a esfera privada e passa a ser conhecido.

2

Almeida Jr. s/título (*Cena de Família de Adolfo Augusto Pinto*), 1891. Óleo s/tela, 106,0x137,0 cm., Pinacoteca do Estado de São Paulo

Negros em espaços brancos: três quadros, uma só história
Maraliz de Castro Vieira Christo

O conforto e os objetos da sala são costumeiramente destacados, salientando-se a existência de gravuras e quadros nas paredes, de instrumentos musicais (piano e violoncelo), bustos em terracota, podendo-se reconhecer o de Beethoven; vê-se a natureza domesticada em seus cachepôs, assim como são enfatizados o álbum fotográfico e o retratos. Elementos que, em seu conjunto, atestam o gosto refinado e moderno na decoração do ambiente. Igualmente, os autores se referem à rigorosa definição dos papéis exercidos pelos membros da família e à harmonia reinante, descrevendo o homem concentrado na leitura da *Revista de Engenharia*, tendo aos pés seu fiel cachorro, o filho folheando o álbum fotográfico, a mulher bordando sob o olhar atento da filha, e as crianças mais novas ao chão comportadas como anjos.

Marize Malta, em interessante artigo dedicado à análise da maneira pela qual a pintura de gênero representou a decoração do interior das residências do período, descreve-nos o espaço íntimo exposto na tela de Almeida Jr., observando não haver luxo, mas “agradabilidade e satisfação acessíveis a bolsos remediados” (MALTA, 2006, p. 8). De fato, ou por contrapormos o quadro ao seu extremo, a cozinha caipira, ou por termos em mente a personalidade e riqueza de Adolpho Augusto Pinto, percebemos a sala como expressão de um fausto, na verdade ali ausente. Há comodidade, civilidade, mas ainda certa austeridade.

Em 1891, Adolpho estaria com 35 anos de idade e há três anos trabalhando na prestigiosa Companhia Paulista de Estradas de Ferro, onde exercia o cargo de Chefe do Escritório Central e Engenheiro Auxiliar da Diretoria. Embora viesse de tradicional família paulista, a perda do pai aos nove anos e a divisão da herança entre os dezessete filhos fez com que cedo procurasse bem empregar os recursos financeiros.

Desde o casamento com Dona Generosa da Costa Liberal, em 1888, Adolpho administrava os 40 contos de reis que a esposa trouxera para o casamento e construía a primeira residência do casal, na Rua Conselheiro Crispiano, perto de onde se edificaria o Teatro Municipal de São Paulo. Encontrava-se, pois, no início da formação da pequena fortuna que chegou a declarar no final da vida, quando escreveu seu livro de memórias (1970). Fruto de variadas atividades e investimentos, provavelmente sua

Negros em espaços brancos: três quadros, uma só história
Maraliz de Castro Vieira Christo

riquezaficou mais visível depois da construção da segunda residência do casal, localizada na Avenida Higienópolis, a partir de 1898.

Colecionador de obras de arte e mecenas, Adolpho encomendou o quadro a Almeida Jr., consciente do que desejava ver aí representado:

Conterrâneo e amigo, quase desde a infância, do grande pintor nacional que foi José de Almeida Júnior – o Jugica, como o tratávamos em Itu –, comuniquei-lhe um dia, em 1890, o desejo que eu acariciava de possuir bons retratos a óleo dos membros de minha família, mas não queria retratos isolados, individuais, desses que, no fim de anos, quando caem nas mãos de terceiros, são como trastes velhos, inúteis (...) queria os retratos de todos os meus, colhidos em conjunto, vivendo uma cena de família, queria uma tela que valesse não só pela imagem das pessoas que nela figurassem – e esse seria para mim seu grande valor subjetivo – porém que tivesse também um merecimento objetivo, de estimação em qualquer tempo e para qualquer amador de arte, em suma, um quadro de gênero que bem poderia se intitular “o lar” ou “um interior familiar” (PINTO, 1970, p. 127).

Nesse harmonioso, austero e moderno interior familiar, um detalhe pouco foi comentado pelos autores, embora devesse causar certa perplexidade aos observadores do quadro: no chão, uma das crianças segura um bebê de pele mais escura. Sergio Miceli (2003, p. 50) sobre ele escreve:

Por fim, não se pode deixar de comentar o bebê de tez escura cuja presença chama a atenção até mesmo de escolares em visita ao museu. Existem diversas explicações para esse enigma étnico-visual incorporado por Almeida Jr., que costumam ser contadas em registro ficcional pelas professoras e guias de excursões: o filho de uma das empregadas da família; o filho de um prócer político mulato e amigo do engenheiro; uma criança pobre adotada pela família do engenheiro; o emblema em carne e osso da adesão do engenheiro e do pintor aos ideais abolicionistas e republicanos de igualdade.

Miceli em suas observações não soluciona o *enigma étnico-visual*. Utiliza a perplexidade do olhar alheio (dos estudantes) e o *registro ficcional* (das guias e professoras) para apenas apontar delicada questão.

Em livro de memórias, escrito um ano antes de sua morte, Adolpho Augusto Pinto nomeia os filhos que tivera com Dona Generosa: Águeda, nascida em 22 de fevereiro de 1881; Ida, em 16 de março de 1882; Gastão, em 22 de abril de 1884; Carmen, em 29 de março de 1886, e Adolpho Augusto Pinto Filho, nascido em 23 de junho de 1891³. Assim, tendo o quadro sido realizado em 1891, deduz-se facilmente ser o filho caçula, que recebeu o nome do pai, o bebê representado no quadro.

Embora grande parte das ficções possa ser descartada, o enigma permanece e, igualmente ao que comentou Miceli, não é nosso objetivo solucioná-lo.

Como almejava Adolpho, o quadro, hoje, representa não restritamente a si próprio, sua esposa e filhos, distantes no tempo, não mais identificáveis para a maioria, mas apenas uma cena de gênero, “um interior familiar” tipicamente burguês. Nesse caso, interessa-nos o estranhamento causado pela representação de um bebê mulato no seio de uma família branca, seja qual for a explicação para a sua existência. Existência que o artista deliberadamente destacou, pois nada o impediria de atenuar a cor da pele do bebê, submetendo-o ao mesmo processo de branqueamento usualmente empregado na representação de negros que viveram alguma mobilidade social, há exemplo dos muitos retratos de Machado de Assis.

Na tela, o bebê está seguro cuidadosamente por uma das meninas, sua aparência é saudável, sua roupa apresenta a mesma qualidade das outras crianças. Entretanto, algo além da cor da pele o difere. Sua expressão, ao contrário dos demais personagens do quadro, denota certa insegurança. Enquanto todos estão atentos aos seus próprios afazeres, ele olha com apreensão, como se buscasse apoio fora da cena, não se reconhecendo pertencente àquele espaço. Ao representar o bebê, Almeida Jr. poderia tê-lo mostrado a brincar feliz ou interagindo com a menina que o segura, entretanto, preferiu que compartilhássemos seu estado de espírito tristonho.

3

Sabe-se apenas que Adolpho Augusto Pinto Filho formou-se em Direito em 24/12/1912 (http://www.arcadas.org.br/antigos_alunos.php?pagina=13&ano=) ; participou do debate acerca do neocolonial em São Paulo (*O Estado de S.Paulo*, 24/04/1920), e faleceu solteiro em 26/02/1931, quando se encontrava na Suíça para tratamento. Foi enterrado no Cemitério da Ordem de Nossa Senhora do Carmo (*O Estado de São Paulo*, 27/09/1931 e 07/11/1931). Agradecemos a Fernanda Pitta por essas informações.

Negros em espaços brancos: três quadros, uma só história
Maraliz de Castro Vieira Christo

O artista, por ter situado o bebê junto às meninas que estão no tapete, reafirma sutilmente uma tradição ao se representar crianças negras no interior doméstico branco. Jean-Baptiste Debret (1768-1848), por exemplo, em duas aquarelas: *Uma senhora de algumas posses em sua casa* e *Um jantar brasileiro*, apresenta pequenas crianças negras ao chão, como animais de estimação. Sentido reafirmado nos textos que acompanham as imagens, quando litografadas para a publicação de *A viagem pitoresca e histórica ao Brasil* (1834 e 1839):

Os dois negrinhos, apenas na idade de engatinhar, que gozam, no quarto da dona da casa, dos privilégios do mico-leão [presente na cena], experimentam suas forças na esteira da criada.

No Rio de Janeiro e em todas as outras cidades do Brasil, é costume, durante o *tête à tête* de um jantar conjugal, que o marido se ocupe silenciosamente dos seus interesses e a mulher se distraia com os seus negrinhos, que substituem a raça dos cachorrinhos "Carlins", quase extinta na Europa. Esses molecotes, mimados até a idade de cinco ou seis anos são em seguida entregues à tirania dos outros serviçais, que os domam a chicotadas e, assim, obrigam-nos a compartilhar as penas e os desgostos do serviço. (BANDEIRA, 2007, p. 176-177)

Evidentemente, Almeida Jr. não trata a criança mulata como bichinho de estimação. Há dignidade na maneira pela qual o artista a incluiu na cena, mas ela está próxima ao chão, lugar já consagrado de representação dos negros⁴. Não é a mulher branca, em seu sofá, que o embala e protege; na tela o bebê recebe a atenção de uma criança, que abandona a boneca para com ele entreter-se. Ao estar próximo ao chão e assumir o lugar do brinquedo, o bebê mulato se coisifica.

4

Aqui valeria lembrar Hill quando afirma: "... definição do corpo "primitivo" que, enquanto construção social distinta do corpo "civilizado", está sempre diretamente associado à natureza, sendo tanto corpo quanto natureza componentes imprescindíveis na formação do gosto pelo exótico. (...). Já no contexto brasileiro, são as reminiscências da escravidão que parecem emanar (...). Nesse universo, corpos sentados ao chão podem indicar inclusive a interdição do corpo escravo a bens de conforto como cadeiras teoricamente disponíveis apenas para pessoas de segmentos sociais específicos. A própria condição de esforço mecânico à qual o corpo escravizado tantas vezes foi submetido condicionou posturas e gestos que, transpostos para o campo da imagem, acabaram constituindo memórias recorrentes." (2008, pp. 217-228).

Negros em espaços brancos: três quadros, uma só história
Maraliz de Castro Vieira Christo

Não ser



Figura 2 :: Pedro Peres, *Fascinação*, 1909. Óleo s/madeira, 36 x 31 cm.,
Pinacoteca do Estado de São Paulo.

A segunda obra, sobre a qual nos propomos a refletir, pertence igualmente à Pinacoteca de Estado de São Paulo. Trata-se de pequena tela de gênero, assinada por Pedro José Pinto Peres (1850-1923), datada de 1909⁵, e doada à instituição, em 21 de setembro de 2005, por Suzana Camará Moreira, em memória de seu pai, o colecionador Carlos Alberto Soares Moreira⁶. A doadora declarou ter sido a tela de seu avô, que a mantinha no escritório.

Pedro Peres pintou *Fascinação* em 1909, aos 59 anos de idade, estabilizado como professor do Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro, assim como da Escola Normal, produzindo principalmente retratos e cenas de gênero. O artista é mais conhecido por seus quadros históricos, a

5

Dada a certa dificuldade em se ler o ano dessa obra, a Pinacoteca inicialmente a datou de 1902, depois, corrigindo-a para 1909.

6

As informações constam da ficha técnica da obra, no arquivo da Pinacoteca de São Paulo.

Negros em espaços brancos: três quadros, uma só história
Maraliz de Castro Vieira Christo

exemplo de *A Elevação da Cruz*, Medalha de Ouro na Exposição Geral de Belas Artes de 1879, e *A Primeira Libertação -- que representa a Condessa d'Eu entregando aos escravos suas cartas de liberdade, em 29 de julho de 1885*, encomendado pela Câmara Municipal da Corte e entregue em 1 de dezembro de 1886⁷.

Antes mesmo de exposta na Pinacoteca, *Fascinação* integrou uma mostra sobre arte produzida no Brasil, denominada *Da Áustria ao Novo Mundo*, em Krems⁸, vilarejo próximo à Viena, tendo como foco a formação do povo brasileiro. Vera Lins a conheceu nessa exposição e assim a descreveu:

Longe dos quadros de batalhas ou históricos, Pedro Peres fala das relações sociais com um quadro sutil e instigante, em que uma menina negra olha fascinada uma boneca toda enfeitada, possivelmente da filha dos brancos donos da casa e talvez ex-proprietários de seus pais. Há um conflito visível na tela estampado no rosto da menina, no vermelho do chão, no luxo da boneca branca – uma cena de interior que problematiza a questão do negro, (...) levanta-se esteticamente uma questão político-social, presente até hoje na sociedade brasileira. (LINS, 2012, p. 316)

Vera Lins bem caracteriza o conflito vivenciado pela criança negra. O contraste do vestido simples e dos pés descalços da menina com o luxo da boneca é gritante, igualmente revelador é a distância física entre ambas, colocadas em extremos opostos do quadro, quase uma alegoria ao distanciamento social. Embora esteja na casa, a menina sabe que nada nesse espaço lhe pertence.

Esse sentido é também enfatizado por Marcos Hill, em sua tese de doutoramento (2008, p. 292-293), um dos primeiros a se deter sobre a tela:

Trata-se da pintura *Fascinação* de Pedro Peres. Datada de 1902, aqui também nos perdemos numa indefinição de sentimentos dúbios que insinuam relações que extrapolam a narrativa contida na imagem. A menina negra que, na condição de “muleca”, tantas vezes poderia ter servido de brinquedo à sinhazinha branca, filha de sua senhora, olha embevecida para uma

7

Para comentários, ver: *Gazeta da Tarde*, 14 de jul. de 1886, p. 2. “Termo de contrato entre a Illma. Camara e Pedro José Pinto Peres para a pintura de uma tela comemorativa”, AGCRJ, E:E, Book 6.1.42, 3 de set. de 1885, pp. 17-18.

8

Cf. Brasilien: von Österreich zur Neuen Welt. Editado por Tayfun Belgin. KunstalleKrems, 2007.

Negros em espaços brancos: três quadros, uma só história
Maraliz de Castro Vieira Christo

grande boneca loura, sentada distraidamente sobre uma cadeira de um cômodo da casa senhorial. Seria a menina descalça que pisa o tapete filha da antiga amade-leite da proprietária da boneca? Ou sua mãe seria ainda a mucama da dona da casa? Ou a cozinheira? E que frustração profunda e muda permeia o confronto com essa impossibilidade de brincar com objeto tão distante de suas mãozinhas?

Rapidamente, *Fascinação* está sendo compreendida e incorporada à História da Arte. A exemplo do quadro de Almeida Jr. sobre a família de Adolpho Augusto Pinto, *Fascinação*, permaneceu na esfera privada, ganhando visibilidade apenas nos últimos anos. Somos nós que dialogamos com essas obras e não seus contemporâneos.

Ao integrar o novo circuito expositivo da Pinacoteca, aberto em outubro de 2011, a tela recém-saída da reserva técnica, foi destacada pela imprensa (Revista *Veja*, 2011), passando também a ser conhecida do público, que se detém diante da obra nas visitas à Pinacoteca, como muitas vezes pude observar.

Se neste novo milênio *Fascinação* é apreciada e provoca reflexões, nada sabemos da sua existência antes de ser doada à Pinacoteca em 2005. Apenas constatamos não ter o artista apresentado essa mesma obra nas Exposições Gerais da Escola Nacional de Belas Artes, que voltara a frequentar em 1910⁹.

Entretanto, existe uma aproximação evidente, porém ainda não explicada, entre um conto de Monteiro Lobato, publicado na década de 1920, *Negrinha*, e a tela de Pedro Peres, de 1909. Sua exposição no novo circuito da Pinacoteca coincidiu com ruidoso debate travado meses depois sobre Monteiro Lobato, acusado de racista, sendo o seu conto, *Negrinha*, um dos pontos dessa polêmica¹⁰. Presentes na mídia, alguns rapidamente se deram conta da aproximação possível entre o conto e a tela.

No conto, ambientado no pós-abolição, Monteiro Lobato fala de uma criança negra, de aproximadamente sete anos, órfã, criada por Dona Inácia, antiga e saudosa proprietária de escravos, que se aprazia torturando-a. Tudo lhe era negado, principalmente o direito de expressar-se. Entretanto,

9

Vale comentar aqui o que foi publicado na imprensa em 1910: "A presença de Pedro Peres, um velho artista de reconhecido valor entre os seus pares, e que há muitos anos se alheara das exposições da Escola de Belas Artes, é motivo de grande contentamento para os que apreciam. É representado por dois quadros iguais em vigor e qualidade aos seus trabalhos de uma década atrás. O mais importante como composição é o que representa uma criança adormecida sobre um colchão e junto a ela, em contemplação, a sua jovem mãe. Por trás desta, uma imagem de Cristo crucificado, da qual se irradia uma refulgência de luz, revela a prognosticação dolorosa que lhe perpassa no espírito. O outro quadro, um quadrinho de gênero, tem uma figura assaz expressiva." Cf. em Notas de Arte. *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, 1 set. 1910, p. 6. Segundo o catálogo da *Exposição Geral de Belas Artes de 1910*, Pedro Peres apresentou duas obras: "Previsão dolorosa" e "Passeio impedido".

10

Em 2012, o MEC adotou para as escolas públicas o livro intitulado: *Negrinha*, onde estava publicado o conto homônimo. O Instituto de Advocacia Racial e Ambiental desaprovou tal atitude por entender que se tratava de um conto racista.

Negros em espaços brancos: três quadros, uma só história
Maraliz de Castro Vieira Christo

um dia algo novo interrompeu a mesmice de sua vida, Dona Inácia recebera a visita de suas sobrinhas:

Chegaram as malas e logo:

-- Meus brinquedos! -- reclamaram as duas meninas.
Uma criada abriu-as e tirou os brinquedos.
Que maravilha! Um cavalo de pau!... Negrinha arregalava os olhos. Nunca imaginara coisa assim tão galante. Um cavalinho! E mais... Que é aquilo? Uma criancinha de cabelos amarelos... que falava "mamã"... que dormia... Era de êxtase o olhar de Negrinha. Nunca vira uma boneca e nem sequer sabia o nome desse brinquedo. Mas compreendeu que era uma criança artificial.
-- É feita?... -- perguntou extasiada.
E dominada pelo enlevo, num momento em que a senhora saiu da sala a providenciar sobre a arrumação das meninas, Negrinha esqueceu o beliscão, o ovo quente, tudo, e aproximou-se da criatura de louça. Olhou-a com assombrado encanto, sem jeito, sem ânimo de pegá-la.
As meninas admiraram-se daquilo.
-- Nunca viu boneca?
-- Boneca? – repetiu Negrinha. – Chama-se boneca?
Riram-se as fidalgas de tanta ingenuidade.
-- Como é boba!- - disseram. – E você como se chama?
-- Negrinha.
As meninas novamente torceram-se de riso; mas vendo que o êxtase da bobinha perdurava, disseram, apresentando-lhe a boneca:
-- Pegue!
Negrinha olhou para os lados, ressabiada, com o coração aos pinotes. Que ventura, santo Deus! Seria possível? (...)

Não se pode afirmar com certeza que Monteiro Lobato escreveu *Negrinha* em diálogo com o quadro de Pedro Peres, ou mesmo que ambos se inspiraram em alguma terceira fonte, mas é inegável estarem o pintor e o escritor referindo-se a uma mesma realidade.

Encurralada na cozinha



Figura 3 :: Armando Vianna, *Limpando metais*, 1923. Óleo s/tela, 99 x 81 cm.
Museu Mariano Procópio

A última tela a ser analisada nos revela uma empregada doméstica negra polindo pratos e cristais, com o olhar distante. Obra de Armando Vianna (1897-1992), intitulada *Limpando metais*, datada de 1923¹¹.

Seu autor seguiu uma carreira normal para um jovem simples do Rio de Janeiro: aos treze anos começou a trabalhar na oficina de pintura do pai, pintando placas, carrocinhas e charretes; cursou o Liceu de Artes e Ofício, o curso livre da Escola Nacional de Belas Artes, onde foi aluno de Rodolpho

11

Armando Vianna. *Limpando metais*, 1923. Óleo sobre tela, 99 x 81 cm., Museu Mariano Procópio. Sobre essa tela, ver também o artigo: CHRISTO, Maraliz de Castro Vieira. Algo além do moderno: a mulher negra na pintura brasileira no início do século XX. 19&20, Rio de Janeiro, v. IV, n. 2, abr. 2009. Disponível em: http://www.dezenovevinte.net/obras/obras_maraliz.htm.

Negros em espaços brancos: três quadros, uma só história
Maraliz de Castro Vieira Christo

Amoêdo e Rodolpho Chambelland; em 1921 iniciou sua participação no Salão Nacional de Belas Artes, conquistando o prêmio viagem, em 1926, com a tela *Primavera em flor*, exposta há muito tempo na Galeria de Arte Brasileira Contemporânea, do Museu Nacional de Belas Artes. Sobreviveu de seu trabalho artístico pintando flores, paisagens, nus femininos, telas históricas e religiosas, falecendo em 1992, aos 95 anos.

Armando Vianna pintou *Limpando metais*, ao que tudo indica, exclusivamente para concorrer à premiação do Salão Nacional de Belas Artes, conseguindo a *Medalha de Prata*. Embora neto de escrava alforriada, Vianna parece não ter produzido outros quadros com personagens negros.

O pintor insere a mulher negra como trabalhadora doméstica no interior de uma casa de família. Ela ocupa quase a metade vertical da tela, entretanto, sua figura surge deslocada, imprensada entre uma mesa repleta de objetos e o armário ao fundo. Ao mostrar com virtuosismo cristais e metais sobre a mesa, em primeiro plano, o pintor faz o observador titubear entre o seu brilho e os reflexos do vidro do armário. É nesse percurso que o olhar reconhece a empregada negra.

Surpreende a semelhança entre o quadro de Armado Vianna e a tela *Jennie* da artista afro-americana Lois Mailou Jones (1905-1998)¹², pintada na década de 1940¹³. *Jennie* representa uma jovem negra limpando peixe, também imprensada entre uma mesa e um armário. A tela foi uma das primeiras experiências da artista na tentativa de aproximar-se de temas ligados à representação de negros. Nela Lois Mailou Jones buscou, por meio da gravidade com a qual a jovem dedica-se à sua tarefa, revestir de dignidade o trabalho servil, como a própria pintora declarou¹⁴. A negra americana ainda que possua a identidade de um nome próprio, não exterioriza seus sentimentos. Embora presa ao anonimato, a negra brasileira ergue o rosto, desprendendo-se do trabalho para pensar, talvez, sobre seu destino.

A empregada limpa os metais sem o mínimo interesse. Triste e entediada não parecem interpelar. Reconhece-se certo sentimento melancólico, com o qual alguns estudiosos começam a caracterizar as representações do negro, a exemplo das análises de Rodrigo Naves sobre a *Negra tatuada vendendo caju*¹⁵, de Debret (NAVES, 1996, p. 80-81).

12

Cf. Lois Mailou Jones. *Jennie*. 1943. Howard University Permanent Collection.

13

Agradeço ao professor Jorge Coli a sugestão dessa imagem.

14

Cf. An Interview With Lois Mailou Jones. By Charles H. Rowell. *Callaloo*, v. 12, n. 2, pp. 357-378. <http://xroads.virginia.edu/~ug01/westkaemper/callaloo/mailoujones.html>, acessado em 29/09/2008.

15

Cf. Jean Baptiste Debret, *Negra tatuada vendendo caju*, 1827. Aquarela s/ papel, 15,5 x 21 cm. Museu da Chácara do Céu, Rio de Janeiro.

Negros em espaços brancos: três quadros, uma só história
Maraliz de Castro Vieira Christo

Armando Vianna não só representa uma negra no papel de empregada doméstica, mas também busca recuperar sua humanidade ao reconhecer-lhe a individualidade, no momento em que a faz desviar-se da atenção ao trabalho. É possível aproximar o ensimesmar da empregada brasileira da introspecção da garçonete de *Un bar aux Folies-Bergère*, quadro de Edouard Manet, de 1882¹⁶.

Muito se tem escrito a respeito do quadro de Manet, sobre suas ambiguidades, sobre o lugar ocupado pela garçonete. Fixarmo-nos apenas na humanização da balconista, em seu desconforto, alienação e tristeza, em contraste com o ambiente festivo de um café-concerto parisiense.

Confinada entre a mesa e o armário, a empregada negra de Armando Vianna também se aliena contra seu entorno, mesmo que solitário. Alguns elementos pictóricos acentuam o diálogo entre as obras, a exemplo dos reflexos azuis que passeiam por ambas, assim como as cores quentes das laranjas em Manet e do tecido vermelho no quadro de Vianna.

Ao aproximar-se da representação de Manet, o pintor brasileiro dá à solidão da empregada negra, uma dimensão universal.

Limpando metais se enquadra numa produção de imagens que, apesar de diminuta, se estabelece desde a abolição. Mesmo sem um levantamento rigoroso, os quadros mais conhecidos permitem perceber a preocupação sobre o lugar da mulher negra na sociedade brasileira. As opções identificadas nas obras são pessimistas: desaparecer pela miscigenação, permanecer reclusa na periferia e morros, ou aprisionar-se na cozinha, trabalhando sempre. O alienar-se da negra de Armando Vianna é, de certa forma, a conscientização desse processo.

Precisamente em 1923, duas negras entram em cena: uma de Armando Vianna, outra de Tarsila do Amaral¹⁷. A história é conhecida: Armando expõe a sua na 31ª Exposição Geral da ENBA, ela recebe a Medalha de Prata, é incorporada ao acervo do Museu Mariano Procópio, em data ainda indeterminada¹⁸, e por lá é esquecida. Quanto à negra de Tarsila, produzida em Paris, exibida com entusiasmo por Fernand Léger aos seus alunos, reproduzida na capa de poemas escritos por Blaise Cendrars, tornou-se rapidamente símbolo de ruptura absoluta; antes dela nada mais existira no Brasil.

16

Cf. Edouard Manet. *Un bar aux Folies-Bergère*. 1882. Óleo sobre tela, 96 X 130 cm., Courtauld Institute Galleries, Londres.

17

Cf. Tarsila do Amaral, *A negra*, 1923. Óleo sobre tela, 100 x 80 cm., MAC-USP.

18

Provavelmente após 1944, pois não consta do Arrolamento de bens realizado nesse ano.

Negros em espaços brancos: três quadros, uma só história
Maraliz de Castro Vieira Christo

A Negra de Tarsila é um arquétipo. Depois dela o modernismo brasileiro produziu um número expressivo de representações de negros e mestiços (AMARAL, 1975, p. 97-98). Não é nosso objetivo contestar sua inegável importância histórica, apenas nos perguntamos sobre a produção obliterada pela militância modernista que a celebra.

Uma pequena nota da historiadora Aracy Amaral, em seu livro sobre Tarsila, reconhece a tradição anterior apenas para demonstrar a ruptura proporcionada pela obra da artista paulista.

O preto já fora tema de artistas anteriores (como Abigail de Andrade, Modesto Brocos, Lucílio de Albuquerque, entre tantos outros, e mesmo em desenho, de 1920, de V. do Rêgo Monteiro), porém nunca com a intencionalidade e projeção que assinalamos nesta obra. (1975, p.98, nota 49)

Conclusão

As três obras aqui comentadas -- *Cena de Família de Adolfo Augusto Pinto*, 1891, de Almeida Jr.; *Fascinação*, 1909, de Pedro Peres, e *Limpando metais*, 1923, de Armando Vianna – são marcadas pela ideia de continuidade, como se narrassem uma mesma história de exclusão. A peculiaridade que apresentam reside no fato de trazerem à tona contradições sociais no interior dos ambientes domésticos de um determinado período. Interior que, a partir da pintura de gênero, se tornou mais visível.

O negro nas imagens criadas pelos artistas viajantes do século XIX, ou mesmo em pinturas da transição entre o referido século e o subsequente, a exemplo das obras de Modesto Brocos¹⁹, é visto como um tipo social, exótico, sob o interesse antropológico ou folclórico; parte da cultura nacional, mas no incômodo papel de responsável pelo seu “atraso”.

O sucesso da pintura de gênero reside na aproximação entre o espectador e a história contada. As narrativas da pintura histórica exigem o conhecimento antecipado do tema proposto (literário, mitológico,

19

Cf. Modesto Brocos, *Engenho de mandioca*, 1892. Óleo sobre tela, 58,6 x 75,8 cm., MNBA.

Negros em espaços brancos: três quadros, uma só história
Maraliz de Castro Vieira Christo

bíblico ou histórico), na pintura de gênero os temas da vida moderna são imediatamente compreendidos. As cenas de interiores, reveladoras da intimidade da elite consumidora dessas obras, expõem a subjetividade negada nas apresentações dos tipos sociais, buscando-se criar uma empatia entre o observador e a cena representada.

Nos três quadros analisados a hierarquia social no interior doméstico fica evidente, entretanto, a pintura de gênero desvela igualmente o “interior da alma” e, em silêncio, o observador é convidado a se comover com a humanidade exposta dos personagens negros.

Referências

AMARAL, Aracy. “A luz de Almeida Jr.”. In: *Almeida Jr. Um criador de imagens*. São Paulo, Pinacoteca do Estado de São Paulo, 2007, p. 239-245 (Catálogo).

AMARAL, Aracy. *Tarsila – sua obra e seu tempo*. São Paulo, Perspectiva, Edusp, 1975.

CARDOSO, Rafael. “Intimidade e reflexão: repensando a década de 1890”. In: CAVALCANTI, Ana M. T., DAZZI, C., VALLE, A. (orgs.) *Oitocentos – Arte brasileira do Império à Primeira República*. Rio de Janeiro, EBA-UFRJ/DezenoveVinte, 2008.

CHIARELLI, Tadeu. “A repetição diferente: aspectos da arte no Brasil entre os séculos XX e XXI.” In: *Crítica Cultural – Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Linguagem*, UNISUL, v. 4, n. 2, dez., 2009.

CARNEIRO, José Maria. *Armando Vianna: sua vida, sua obra*. Prefácio de Jorge Cabicieri. Rio de Janeiro, Arte Hoje, 1988.

HILL, Marcos César de Senna. *Quem são os mulatos? Sua imagem na pintura modernista brasileira entre 1916 e 1934*. Belo Horizonte, Escola de Belas Artes da UFMG, 2008.

LINS, Vera. "Representações do primitivo". In: *Novas perspectivas para o estudo da arte no Brasil de entresséculos (XIX/XX), 195 Anos de Escola de Belas Artes*. Rio de Janeiro, EBA-UFRJ, 2012, p. 316.

MALTA, Marize. "A iconografia dos objetos decorativos na pintura acadêmica". In: *Usos do Passado*. Anais do XII Encontro Regional de História ANPUH-RJ, 2006.

MICELI, Sérgio. *Nacional estrangeiro: história social e cultural do modernismo artístico em São Paulo*. São Paulo, Companhia das Letras, 2003.

NAVES, Rodrigo. "Debret, o neoclassicismo e a escravidão". In: _____. *A forma difícil: ensaios sobre arte brasileira*. São Paulo, Ática, 1996.

PERRUTTI, Daniela Carolina. *Almeida Jr., gestos feitos de tinta*. São Paulo, Alameda, 2011.

<http://www.pinacoteca.org.br/pinacoteca-pt/default.aspx?mn=545&c=acervo&letra=A&cd=2335>>. Acesso em 19/08/2013 às 11h31min.

PINTO, Adolfo Augusto. *Minha Vida -- Memórias de um Engenheiro Paulista*. Prefácio e Notas de Hélio Damante. São Paulo Conselho Estadual de Cultura, 1970.

Revista Veja São Paulo, 9 de out. de 2011.

Recebido em 20/06/2016

Aprovado em 26/09/2016

Parte III

Cultura e arte contemporânea

Arte e coletivos no cenário contemporâneo

Lígia Dabul¹

Art and collectives in the contemporary setting

Há algum tempo tema corrente nas discussões sobre arte contemporânea, tratar dos coletivos de arte costuma catalisar muitos dos desejos e intenções envolvidos em novas práticas criativas ou em novas configurações que antigas práticas artísticas assumem hoje. Mas como faz tantas vezes, o ponto de vista das ciências sociais facilita desencantar o que aparece naturalizado e frisado já no uso do termo *coletivo* para designar essas iniciativas nas artes. Esse termo, no Brasil há mais de uma década disseminado e na maior parte das vezes agregado como valor às experiências a que se referem, traz com ele realidades, ou supostas realidades, e as sublinha quase sempre que aparece – a colaboração, a horizontalização da relações sociais, a interferência no mundo no mínimo renovadora, no máximo ativista, que para além da arte uma arte coletiva poderia propiciar.

Em que pese sabermos que muitas de nossas maneiras de pensar e de atuar têm sido afetadas justamente porque experimentos artísticos consideram nas suas avaliações a dimensão ética e a política dessa interferência e das realidades criadas por ela², esse ponto de vista das ciências sociais tenderá a afirmar que todas as experiências artísticas são coletivas, por definição³, não havendo essa especificidade nos chamados coletivos de arte. Proporá também que processos de dominação e a desigualdade entre os indivíduos perpassam rigorosamente todas as realidades, inclusive as voltadas para o igualitarismo, isto é, voltadas para superar dominação e desigualdades. E ainda marcará que apesar dos propósitos dos envolvidos, a concorrência e as lutas por posições no campo, no sistema ou no mundo artístico motivariam de fato, indubitavelmente, mesmo que misturadas com outros motivos, a criação de experiências como os coletivos de arte.

1

Lígia Dabul é professora da Universidade Federal Fluminense. É poeta e antropóloga.

2

Nas ciências sociais, essas interferências são numerosas. Ver por exemplo, artigo de Lucy Lippard (2010), "Farther Afield", sobre desdobramentos de ações artísticas nas comunidades onde são realizadas.

3

E aqui, nossa referência mais clara e conhecida é Howard Becker, especialmente em *Art Worlds*. Berkeley, University of California Press, 1984.

O que nos parece ser uma linha possível e razoável de uma análise sociológica sobre os coletivos de arte, ou sobre a arte de algum modo auto-anunciada como coletiva, tacitamente se inicia então com essas conjeturas (ou suspeitas), que podem ser desdobradas noutras ainda. Desdobrando, então, há que se levar em conta a não-novidade da arte ser considerada coletiva, e mesmo o quanto apresentá-la como tal em oposição a um individualismo a ser combatido na arte e na sociedade sobre a qual se debruça, tende a desviar nosso olhar das trajetórias marcadamente individuais reforçadas tantas vezes pela ação conjunta, ou pelas intenções eventualmente individualistas dessa agregação que se define como “coletiva”, ou de situações em que coletivos consistem mais que tudo em somatórios de ações artísticas individuais – fato explicitado por diversos deles.

Do mesmo modo a ideia da vigência da horizontalização das relações sociais, ou de algo como equiparação das posições sociais envolvidas nas experiências que têm lugar com as ações dos coletivos de arte, embaça alguns focos importantes de interesse no estudo da arte como vida social. Um deles é o quanto o chamado público, incluído já há algum tempo como dimensão deflagradora e constitutiva da arte, permanece com muita frequência apenas formalmente abrangido pela experiência da arte dos coletivos de arte. A ausência de indagações mais sistemáticas e que resultem em pesquisa esclarecedora, isto é, diretamente junto ao público e ao que experimenta de fato nessas experiências, atesta a fissura entre de um lado a valorização do invento de situações igualitárias com a arte e, de outro, a hierarquia dos lugares dos indivíduos e grupos implicados por essa arte. Ainda que a *estética relacional* assinale e proponha, já desde os anos 90, que a produção e a recepção da arte – nos novos espaços da arte desbaratada dos museus e antigos espaços expositivos – são concomitantes e de certa maneira similares no evento artístico onde existem, diversas interpelações por dentro, por assim dizer, do sistema da arte⁴ e da sua história, complexificam a reflexão que parte e questionam a natureza dessas relações e equiparações entre a produção e a recepção da arte.

Há um âmbito, bastante vinculado a esse da relação integradora com o público, que perpassa numerosas experiências de coletivos de arte,

que é a do ativismo. O ímpeto de mudar o mundo ou alterar seu fluxo – seja porque se intenta transformar situações socialmente condenadas, seja porque já se vive situações em franca transformação, seja porque a arte e seu descompromisso com “funções”, mesmo as de transformações sociais, já criaria espaços sui generis eles próprios, até por seus vãos (mas sempre deliberados) propósitos de existência ou inutilidade inusitada ou mesmo banal. Se acompanharmos o que ocorre com quaisquer iniciativas artísticas, inclusive as dos chamados coletivos de arte, e já mesmo em tempos e espaços de algum modo conexos aos da ação artística tal como definida por seus criadores ou participantes, reconheceremos uma série de alterações, de transformações, mudanças de diversas ordens, muitas das quais imperceptíveis porque não classificadas no mais das vezes como estritamente *arte*. Trajetórias de artistas modificadas, em muitos casos o mercado de arte que reage de algum modo, o campo de disputas de apoios⁵ os mais diferentes seguindo novas configurações, os aparatos acionados em novas maneiras para a comunicação e interação entre as pessoas envolvidas nessas iniciativas, são traços de mudanças, desordens que de resto sempre acompanham qualquer ação social.

Os trabalhos de pesquisa e discussões que se agregaram à Mesa-redonda **Arte e coletivos no cenário contemporâneo** por vezes incidiram sobre essas discussões, e também apresentaram maneiras originais de refletir sobre os coletivos e sobre como se inserem no chamado cenário contemporâneo. A diversidade de situações a que se referem já nos avisa sobre o quanto reduzimos o inusitado e singular de tantas iniciativas em arte a essa categoria geral, *coletivo*, que, como mencionado, sublinha-valoriza-idealiza apenas alguns de seus traços. Com isso provavelmente realimentamos um discurso e o próprio ímpeto das artes que agregam e sinalizam críticas à figura do artista criador isolado e autônomo, à indiferença frente a um mundo injusto e violento e presa do capital⁶, à circulação veloz das coisas, de um contingente de pessoas massacradas por guerras e péssimas condições vida, e das ideias e das imagens já despidas de significado de um momento para outro. Aprofundar o entendimento do que se passa corresponde então a suspender sentidos por meio dos quais muitos de nós costumamos nos situar nas artes e no mundo.

5

A associação da arte com ganhos materiais dos envolvidos não raro é alvo de críticas. Vimos dimensões desse problema em Dabul (2014). Mas vale ressaltar que a negação do ganho ou da recompensa material pelo trabalho artístico por vezes é acompanhada da participação em instâncias as mais diferentes de aquisição de prestígio e obtenção de suporte material para a arte – por meio por exemplo do sucesso de propostas e projetos que concorrem a editais voltados para a arte, inclusive para modalidades *performance* ou *coletivos*.

6

Ver em E. Pires (2007) proposição e descrição da “resistência enquanto forma de produção”.

Uma questão desdobrada do trabalho de Pau Waelder, *Peer-to-peer: curadoria e colaboração na new media*, é a de como linguagens são definidas por meio de tecnologias que viabilizam interações sui generis e abertas a importantes mutações, sempre inacabadas, envolvendo artistas e não artistas em processos de interlocução eles mesmos considerados experiências artísticas. Assim entendidos, esses processos consistem em afirmação da autoria coletiva – portanto da arte como espaço onde práticas colaborativas podem ter lugar – e reconhecimento do quanto novos atributos, como os da curadoria, da engenharia e da especialização em tecnologia, consistem em condição para que essas experiências artísticas possam existir.

O trabalho de Ilana Goldstein, *Repertórios coletivos, autorias partilhadas: o desafio da inserção das criações indígenas no sistema das artes*, analisa situação impactante de convívio, transformação e confronto de modos de conceber a arte. Em conjuntura muito especial, aborígenes australianos inserem-se e predominam em um sistema de arte contemporânea nacional por meio de pinturas referidas a mitos, com estilos que pertencem e especificam coletividades que operam para além da produção visual. A descrição e a análise da constituição de significados da arte aborígene a partir da experiência de seus criadores e das relações sociais que os vinculam e das que os ata então a mercados da arte, abre um campo de questões e cuidados para o estudo do caráter coletivo de diversas dimensões da arte. Dentre outras contribuições desse enfoque está não podermos deixar de nos perguntar sobre diferentes sentidos e implicações da colaboração no processo criativo e na feitura da arte, o que a categoria *coletivo*, já porque nos remete àquelas noções que agregam valor ao que consideramos arte contemporânea, por vezes nos leva a evitar.

Referências

- BECKER, Howard. *Art Worlds*. Berkeley, University of California Press, 1984.
- BISHOP, Claire. Antagonism and Relational Aesthetics. *October*, n. 110, Fall 2004.

Apresentação
Arte e coletivos no cenário contemporâneo
Lígia Dabul

DABUL, Lígia. Artes plásticas em feira de artesanato: venda, criação e os olhos para ver a arte. *Sociologia & Antropologia*, Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, 2014.

LIPPAR, Lucy. Farther Afield. In: SCHNEIDER, Arnd; WRIGHT, Christopheer (Ed.) *Between Art and Anthropology. Contemporary Ethnographic Practice*. New York/Oxford: Berg, 2010.

PIRES, Ericson. *Cidade Ocupada*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2007.

Cooperativas artísticas: o exemplo dos centros de arte indígena da Austrália

Ilana Seltzer Goldstein¹

Resumo

Objetos e imagens dos povos indígenas da Austrália foram gradualmente artificializados, ao longo do século XX, atingindo, nos anos 1990 e 2000, um verdadeiro *boom*, em termos de mercado de arte e de penetração no circuito expositivo. Isso se deve à criação de políticas públicas específicas para o setor e ao desejo dos próprios aborígenes de registrarem, por meio da arte, fragmentos de seu universo mítico e de seu modo de vida tradicional. Parte da força do sistema de arte indígena australiano vem do modo de organização no polo da produção: o cooperativismo. O presente artigo aborda justamente os "art centres", cooperativas instaladas em comunidades aborígenes da Austrália. Existem hoje mais de 70 organizações autogeridas dessa natureza, cujo papel principal é mediar as relações entre os artistas, o mercado, os museus e o Estado. Após uma introdução panorâmica ao modelo dos centros de arte, será apresentado um caso etnográfico particular.

Palavras-chave: Arte indígena contemporânea. Austrália. Organizações artísticas coletivas.

Artistic cooperatives: the example of indigenous art centers in Australia

Abstract

Visual forms and objects of indigenous Australians were recognized as art throughout the second half of the twentieth century, reaching, in the years 1990 and 2000, a real boom in terms of market and penetration in the exhibition circuit. This is due to the creation of specific public policies for the sector and also to the desire of the aborigines themselves to record and recreate, through art, fragments of their mythical universe and their traditional way of life. But part of the strength of the Australian indigenous art system comes from the mode of organization at the pole of production: cooperativism. This article deals with the art centers, which are cooperatives installed in the indigenous communities of Australia. Today there are more than 70 self-managed artistic organizations of this nature. Their main role is to mediate relations between artists, the market, museums and the State. After a

1

Doutora em Antropologia Social pela Unicamp, Professora do Departamento de História da Arte e membro do Programa de Pós-Graduação em História da Arte na Unifesp. Coordenadora da Cátedra Kaapora, vinculada à Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da Unifesp. E-mail: ilana.unifesp@gmail.com.

panoramic introduction of this art center model, a particular ethnographic case will be presented.

Keywords: Indigenous contemporary art. Australia. Artistic collective organizations.

Introdução

A produção dos povos indígenas da Austrália foi gradualmente artificializada, ao longo do século XX, atingindo, nos anos 1990 e 2000, um verdadeiro *boom*, em termos de mercado e de penetração no circuito expositivo. Artistas aborígenes encontram-se representados nos principais museus de arte e nas maiores galerias comerciais australianas. Existem prêmios para artistas indígenas em diversas categorias, como gravura, fotografia, vídeo, pintura e escultura; um código de conduta comercial foi desenvolvido especificamente para o segmento; a própria representação da nação faz referência ao repertório visual aborígene – seja na frota da companhia aérea nacional, nas campanhas turísticas, nas lojas de *souvenir* ou na decoração das cidades. Ainda que os indígenas perfaçam apenas 2,5% da população australiana, existem muito mais artistas indígenas do que brancos, na Austrália: aproximadamente 7000 artistas (ALTMAN, 2005). A situação impressiona um observador brasileiro, acostumado à inexistência de políticas públicas para fomentar criações indígenas e à relativa invisibilidade dos povos originários entre nós.

Os estilos das obras aborígenes variam muito, de acordo com a região, a etnia, o clã e também conforme a poética individual, que em alguns casos sobrepuja as convenções culturais. Os dois principais gêneros pictóricos são conhecidos como *bark painting*, frequente no norte tropical, na região de Arnhem Land, no qual pigmentos naturais são aplicados à entrecasca do eucalipto; e *acrylic painting*, espalhado por todo o deserto, e produzido com pigmentos industrializados sobre telas de tecido (CARUANA, 2003). Enquanto a *bark painting* contém elementos figurativos reconhecíveis, como uma canoa, um animal clânico ou um bumerangue, e lança mão de apenas quatro cores (branco, ocre, vermelho e preto), a *acrylic*

painting, multicolorida, parece a nossos olhos pintura abstrata – embora, na realidade, registre narrativas míticas e trajetos de ancestrais que o artista e seu grupo conseguem identificar.

Em minha tese de doutorado, abordei esse universo fascinante e complexo. As principais questões que nortearam a pesquisa foram: como ocorreu a transformação de práticas tradicionais indígenas em arte contemporânea, na Austrália? Quais os papéis e os interesses das organizações indígenas e do governo, respectivamente, na montagem da chamada *Indigenous art industry*? Como operam as noções de autoria, autenticidade e propriedade intelectual, nesse contexto? Por que o mesmo país que massacrou seus nativos, até pouco tempo atrás, agora fomenta a produção artística indígena e incorpora elementos aborígenes na construção da identidade nacional? (GOLDSTEIN, 2012). Para responder a tais questões, inspirei-me em autores e debates da antropologia da arte² e baseei-me também em pesquisa de campo, realizada junto a cerca de 30 organizações australianas, entre galerias comerciais, museus públicos, cooperativas indígenas e agências estatais. Uma das conclusões da pesquisa foi que a arte indígena da Austrália serve, hoje, como um raro *locus* de comunicação entre os povos nativos e a sociedade envolvente, uma plataforma sobre a qual se constrói – nem sempre harmonicamente – um produto intercultural de grande apelo estético, cuja exposição e comercialização acarretam impactos simbólicos, econômicos e políticos.

O presente texto oferece um pequeno recorte da pesquisa, escolhido com o intuito de contribuir para a discussão sobre coletivos artísticos. Irei me deter, aqui, na organização das comunidades indígenas da Austrália em cooperativas de artistas, que eles próprios dirigem, com o apoio de funcionários especializados. Surgidas na década de 1970 e denominadas *art centres*, tais cooperativas fornecem materiais para os artistas, organizam *workshops* e exposições, e, acima de tudo, compram os trabalhos da comunidade e revendem-nos para a sociedade envolvente ou para outros países. Nas próximas páginas, farei uma descrição geral do funcionamento de um centro de artes indígenas na Austrália e, em seguida, apresentarei parte da etnografia que fiz em um desses centros. Por fim, proporei uma reflexão mais abrangente sobre o cooperativismo enquanto modelo de organização para a atuação de artistas e agentes culturais.

2

Apoiei-me nos trabalhos de Howard Morphy (2008), com seu questionamento das definições eurocêntricas de arte e artista; em Alfred Gell (1998 e 2006), com sua abordagem das agências envolvidas no processo artístico; em Sally Price, com sua discussão da postura primitivista no circuito euro-americano de museus e galerias; em Sherry Errington (1998) e sua problematização da ideia de autenticidade, entre outros autores.

O modelo dos *arts centres* na Austrália

A expressão *arts centre* é usada, na Austrália, para nomear organizações sediadas em comunidades indígenas e cuja missão principal é fomentar a produção artística de determinada região³. A maioria tem a forma jurídica de cooperativas dirigidas por conselhos indígenas, embora alguns poucos centros de artes sejam constituídos como empresas (WRIGHT, 1999 e 2000). Cerca de 70 *arts centres* funcionam, hoje, na metade norte do país, nos estados de Northern Territory, South Australia e Western Australia, com faturamento anual conjunto de mais de US\$ 15.000.000,00, dos quais 60% são revertidos para os próprios artistas (ALTMAN, 2005). Contabilizando-se também aqueles que funcionam nos estados de Queensland, Victoria e New South Wales, chega-se a aproximadamente 100 centros de artes indígenas operantes na Austrália.

A construção dessa rede de centros de artes apoiados pelo governo, a partir da década de 1970, é uma das grandes responsáveis pela criação do mercado de arte indígena que hoje é tão forte no país. Vale lembrar que, até os anos 1970, a cultura material dos aborígenes era vista pela sociedade envolvente como um testemunho etnográfico “inautêntico”, não só pela situação de contato desses povos, como porque, entre 1940 e 1960, os missionários religiosos estimularam a fabricação em série de artefatos aborígenes para o varejo de *souvenirs*, a fim de reforçar o orçamento das missões. Nunca se cogitara, até então, incluir objetos aborígenes na categoria *fine art*⁴ e poucas pinturas sobre entrecasca de árvore foram compradas por museus australianos até o final dos anos 1960. O estabelecimento dos *arts centres* e a contratação de seus respectivos *art advisers* viriam modificar tanto as percepções em torno dessa produção, como a qualidade e a variedade do que é produzido nas comunidades indígenas.

Uma das primeiras cooperativas de artistas aborígenes surgiu no deserto, em Paunya⁵. O pivô do processo foi Geoff Bardon, professor de artes, que, em 1971, ficou impressionado com a habilidade de desenho de seus alunos, que tinham entre 4 e 16 anos. Bardon incentivou as crianças e jovens indígenas a transporem, para papéis e telas de tecido, desenhos e cores que já aplicavam sobre a areia e o corpo. Um dia, um adulto o

3

Embora o termo genérico *arts centre*, em inglês, seja de ampla utilização por brancos e aborígenes, cada organização possui também um nome próprio, combinando inglês e uma língua indígena. Por exemplo: *Kalumburu Artists*, *Mangkaja Arts Resource Agency*, *Warnayaka Art & Culture*.

4

Utilizo a expressão *fine art* em inglês por não ter encontrado um equivalente exato na língua portuguesa. *Fine art* se refere a um subconjunto das produções artísticas de determinado período que se considera como especial, raro e/ou bem acabado (Morphy, 2008). A *fine art* é exposta nos museus de arte e vale mais no mercado do que o artesanato ou a *folk art*, categorias a que comumente se opõe.

5

O povoado de Papunya havia sido criado para abrigar parte dos moradores da missão luterana de Haasts Bluff, cuja água ficara imprópria devido à superpopulação. Buscou-se, então, um novo local para construir um vilarejo, próximo a uma fonte de água doce. Estabelecido em 1959, Papunya foi a última tentativa do governo federal de juntar etnias e línguas completamente diferentes numa mesma comunidade. Fred Myers (2002) aponta o paradoxo de que um movimento artístico indígena de tamanho alcance tenha surgido num local planejado para ser um “laboratório de assimilação à sociedade branca” dos Pintupi, Warlpiri, Anmatyierri, Arrente e Luritja.

interpelou, dizendo que os mais velhos também queriam pintar o que sabiam. Daí surgiu a ideia do *Honey Ant Mural*: cerca de 30 pessoas se reuniram em torno do muro da escola, cantando as músicas da formiga do mel enquanto pintavam esse *Dreaming* (história mítica, no inglês aborígene). Nas semanas seguintes, Bardon organizou uma sala aberta à comunidade, forneceu tinta acrílica e encorajou os novos artistas. Um ano depois, seria constituída a cooperativa Papunya Tula.

No momento da chegada de Geoff Bardon, havia 1000 moradores em Papunya, enfrentando más condições de saúde e conflitos interétnicos. A produção artística coletiva talvez tenha sido uma das saídas para aumentar a entrada de dinheiro na comunidade e para reafirmar identidades que pareciam estar em risco. A pujança criativa foi impulsionada, também, pela situação geográfico-cosmológica: Papunya foi erguido exatamente no local em que se passam episódios importantes do *Honey Ant Dreaming* (mito da formiga do mel), com o qual todas as etnias se identificavam. O próprio nome dado à cooperativa de artistas, *Papunya Tula*, está relacionado a esse complexo mítico comum: *tula* designa as câmaras subterrâneas criadas pelas formigas de mel ancestrais e, ao mesmo tempo, significa local de encontro (JOHNSON, 2006, p. 104).

Após a criação da cooperativa, Bardon resolveu ir a Alice Springs, cidade que é uma espécie de capital do deserto, para vender as pinturas. Inicialmente, obteve somente 20 dólares referentes a cada uma delas. Mesmo assim, a repercussão foi positiva entre os residentes de Papunya, que lhe disseram: “é a primeira vez que *whitefellas* [“caras brancos”] pagam por qualquer coisa feita por nós, nos moldes de nossa cultura” (MACKENZIE, 2003, s.p.). Num documentário sobre esse período, um pintor de Papunya reflete assim sobre o que ocorreu naquele momento: “enquanto a pintura sobre a pele e sobre o solo desaparece, a tela permite mostrar ao mundo o que estamos fazendo” (O’ROURKE, 1981, s.p.). Bardon, entretanto, se tornou alvo de críticas. A política oficial do governo, naquele momento, era de teor assimilacionista: objetivava fazer as culturas aborígenes desaparecerem por meio da diluição, ao passo que Bardon as estava fortalecendo. As autoridades não só não lhe deram apoio, como mandaram pintar os muros da escola de branco novamente. Bardon ficou doente e deprimido.

Comprou alguns quadros, arrumou suas coisas e partiu de Papunya apenas 18 meses após ter chegado à região. Mesmo assim, esse é considerado um grande marco na história da arte australiana.

O pintor Tim Leura Tjapaltjarri [c. 1929-1984], um dos articuladores da cooperativa *Papunya Tula*, fez questão de criar um modelo de organização relativamente independente dos órgãos da administração branca, no qual os próprios artistas opinassem sobre as interfaces com o mercado e as questões culturais envolvidas na prática pictórica – decidindo, por exemplo, proteger motivos que não devem ser pintados para brancos. E esse modelo se multiplicou.

Diversas outras cooperativas surgiram na Austrália, nos anos e décadas seguintes, reunindo condições favoráveis à produção artística indígena. Em primeiro lugar, costumam estar situadas perto dos locais em que os artistas nasceram, cuja paisagem, impregnada pelos ancestrais, inspira toda a sua criação artística. Em segundo lugar, promovem atividades que nutrem a criação artística como expedições para locais considerados sagrados, visitas a museus, apresentações de dança e de música. Por fim, sua infraestrutura permanente e seus programas permitem ações no longo prazo.

Entre as diversas funções que os centros de artes podem assumir, estão: servir como ateliê onde os artistas passam o dia trabalhando; sediar oficinas de aprimoramento artístico e administrativo; conceder adiantamentos e empréstimos aos associados; armazenar informações e objetos relevantes para a comunidade; propiciar o encontro entre pessoas de gerações e etnias diferentes; prospectar possíveis compradores no mercado; organizar exposições em cidades australianas e em outros países; catalogar as pinturas e os fragmentos míticos a elas associados. Os centros de artes são ainda os principais mecanismos disponíveis para as comunidades indígenas recriarem suas tradições culturais e divulgarem suas visões de mundo (HEALY, 2005, p. 27).

Para coordenar as atividades, costuma ser contratado um profissional com experiência no circuito das artes – não raro, um artista ou administrador cultural branco. Esse coordenador torna-se responsável pela documentação das obras, pela compra de materiais, por questões de propriedade

intelectual, logística e também pelo contato com compradores. A entidade que congrega e representa os centros de artes localizados no Deserto Central, chamada *Association of Central Australian Aboriginal Art and Craft Centres – Desert*, distribuiu um manual aos novos coordenadores dos centros de arte, em que prepara o profissional para o desafio que o espera no novo cargo, ressaltando as diferenças que devem ser respeitadas, a importância de sua função dentro do sistema de arte intercultural e evidenciando o manancial de apoio que o cerca – capacitações, fontes de recursos, *softwares* específicos para o registro digital da produção artística, etc.

Contudo, nenhum manual traz soluções prontas para os maiores impasses que atravessam o cotidiano do coordenador branco de um *arts centre*. Um deles é a necessidade de se pautar pela oferta dos artistas locais e não pela demanda do mercado externo: os centros de artes, enquanto cooperativas, devem absorver a produção artística de todos os moradores da comunidade. Outro impasse é conjugar critérios do sistema euro-americano de artes com critérios indígenas: a autoria coletiva, comum entre os pintores aborígenes, contrasta com a ideia euro-americana de criação artística individual; e a valorização da obra de arte pelo conteúdo que carrega, recorrente entre os artistas aborígenes, é pouco compatível com o julgamento formal predominante entre críticos, curadores e colecionadores brancos. Sem mencionar o desafio de equilibrar metas de faturamento com outras prioridades caras à comunidade, que faz solicitações de diversas naturezas (HEALY, 2005).

O centro de artes de Yuendumu

O centro de artes do povoado de Yuendumu, no Deserto Central da Austrália, surgiu em 1985, na esteira do sucesso da cooperativa pioneira Papunya Tula, mencionada no item anterior. Localizado a 290 km da capital Alice Springs, o *Warlukurlangu Artists Aboriginal Corporation* é coordenado por Cecília Alfonso e Glória Morales, ambas de origem latino-americana, e consideradas, pelos colegas de outros centros, excelentes administradoras, por terem transformado um barracão em um exemplo de boa organização

e sucesso comercial, com faturamento anual médio de 3 milhões de dólares. As decisões das coordenadoras, contudo, precisam todas ser validadas por um comitê de diretores aborígenes, composto por 8 homens e 8 mulheres, representantes de cada grupo de parentescode Yuendumu.

Segundo o relato de Cecília Alfonso, no começo, o *Warlukurlangu* funcionava dentro de uma escola para adultos. Em 1991, mudou-se para uma casinha própria, de madeira. Em 2004, o número de artistas havia crescido e fazia-se necessário ampliar o espaço. Ademais, a estrutura estava tomada por cupins. Então, com apoio do *Centre for Appropriate Technology*, de Alice Springs, patrocínio da mineradora *Newmont* e investimento próprio dos artistas, foi feita uma obra de ampliação e reforma, preservando a antiga fachada.



Figura 1 :: Fachada do *Warlukurlangu Artists*. Foto de Ilana Goldstein, Yuendumu, 2010.

Tradicionalmente, os Warlpiri (etnia predominante na região) deslocavam-se entre acampamentos temporários, num raio de 500 quilômetros, dentro do Tanami Desert. A área foi declarada reserva governamental no ano de 1946, e, na década de 1950, chegaram ao local

onde hoje fica Yuendumu uma missão Batista e uma empresa de criação de gado, que passaram a empregar os aborígenes e a estimular sua sedentarização. Em 1978, devido a mudanças na legislação, o governo concedeu a posse de 100.000 km² aos Warlpiri, incluindo o povoado de Yuendumu. Nesse mesmo ano, foi eleito o primeiro Conselho Comunitário, que funciona até hoje, representando cerca de 800 moradores⁶.

Atualmente, os habitantes de Yuendumu vivem em casas de madeira pré-fabricadas, quase sem móveis. Costumam dormir no chão, sobre cobertores. A construção das casas é financiada pelo governo ou por mineradoras que destinam parte de seus lucros a um fundo para os aborígenes⁷. Yasmine Musharbash (2008) sugere que o espaço doméstico seja fundamental, ali. O conceito de *ngurra*, na língua Warlpiri, designa, ao mesmo tempo, acampamento, ninho e local de nascimento. Por isso mesmo, a imposição de um sistema de moradia euro-americano seria uma das principais “armas civilizatórias” do governo australiano. Não por acaso, escreve a autora, 30% das verbas destinadas aos povos aborígenes australianos vão para a construção desse tipo de casas.

No povoado, não é raro as famílias trocarem de endereços. Eu mesma conheci uma família numa casa e, depois de alguns dias, vi-a instalada em outra residência. Explicaram-me no centro de artes que a prática é frequente, talvez como alusão ao seminomadismo tradicional. Outro aspecto interessante é a distribuição espacial das residências: pessoas que vieram de diferentes partes do deserto moram em diferentes seções de Yuendumu, estabelecendo uma correspondência geográfica direta entre o leste do Deserto Tamani e a parte leste do vilarejo, por exemplo.

Um dos elementos que mais chama a atenção, ao se observar o cotidiano de Yuendumu, é o uso frequente de veículos com tração 4x4. Coordenadores dos centros de arte, antropólogos e artistas que possuem carros do tipo *pick up* dirigem até 1000 quilômetros por semana, levando gente para visitar parentes em outros povoados, nas cadeias ou em hospitais, para participar de rituais, ou caçar e coletar *bush tucker* – “comida do mato” (MUSHARBASH, 2008). Os carros lotados de gente atravessam o deserto. Quando quebram na estrada, o que não é raro, os demais carros procuram ajudar. Quando eu estava rodando com Cecília Alfonso no veículo do centro

6

A maioria dos moradores de Yuendumu é da etnia Warlpiri, mas há também grupos minoritários de Anmatyerre e Pintupi, e aproximadamente 100 brancos vivendo ali. As populações indígenas – Yapa – e brancas – Kardya – constituem quase dois vilarejos separados (MUSHARBASH, 2008, p. 19).

7

Na Austrália, mineradoras que obtêm consentimento para se instalar em terras indígenas pagam *royalties* ao governo federal. 30% são repassados às comunidades afetadas pela mineradora e/ou aos proprietários tradicionais das terras, e o restante é aplicado em programas para populações indígenas (DODSON et al., 2008).

de artes *Warlukurlangu*, por exemplo, deixamos água e biscoitos com uma família cujo veículo estava há horas em pane, a dezenas de quilômetros de Yuendumu. E avisamos familiares, ao chegarmos ao vilarejo.

Curiosamente, o surgimento da pintura com tinta acrílica, em Yuendumu, está ligado ao desejo de comprar um desses veículos. Em 1983, um grupo de trinta mulheres decidiu realizar algumas pinturas para a venda, a fim de conseguir dinheiro para a aquisição do carro. Em poucos meses, conseguiram comprá-lo (DUSSART, 2000). No mesmo ano, um segundo episódio é considerado um divisor de águas. O novo diretor da escola local, Terry Davis, decidiu tornar o ambiente mais atraente para os alunos. Convidou, então, os homens mais velhos a pintarem as 30 portas da escola, com ajuda das crianças. Algumas das pinturas remetiam a um único mito, outras representavam várias histórias ao mesmo tempo e algumas continham apenas partes de mitos.



Figura 2a :: Paddy Japaljarri Stewart. "Yam and bush tomato", 1983. Foto de Gerry Orkin.



Figura 2b :: Paddy Japaljarri Stewart. "TwoKangaroos", 1983. Foto de Gerry Orkin.

As figuras acima mostram dois exemplares das famosas portas de Yuendumu. A da esquerda se chama "Inhame e tomate do mato". Na parte superior dela, veem-se a raiz e as flores do inhame; na parte inferior, o arbusto e a fruta. A porta da direita remete à história de dois irmãos cangurus da mesma idade, que montaram um acampamento e, antes de se deitar, foram conhecer a região, cada um por um lado. À noite, encontraram-se para dormir. Na manhã seguinte, porém, apenas um deles acordou. É fácil distinguir as pegadas dos cangurus. Já as bolinhas nas laterais representam a vegetação e os círculos concêntricos são os acampamentos.

Ao serem reveladas fora da comunidade, essas portas causaram furor e foram expostas em diversos museus⁸. Até então, as pinturas de Yuendumu eram desprezadas: comparadas às minuciosas telas da comunidade vizinha, Papunya Tula, pareciam inacabadas. O que se descobriu, a partir desse momento, foi que o modo de pintar desse grupo era baseado no trabalho coletivo e nas grandes superfícies, por influência da prática dos desenhos

8

As portas permaneceram na escola de Yuendumu por 12 anos. O *South Australian Museum* adquiriu o conjunto de portas em 1995 e restaurou-as. Em seguida, escolheu 12 exemplares para comporem uma exposição itinerante que circulou pela Austrália durante 3 anos, e depois esteve na Europa.

na areia. Quando pintavam pequenas telas individuais, o resultado parecia estranho. Pintando a várias mãos sobre superfícies maiores, fizeram surgir um novo estilo regional.

Atualmente, o centro de artes *Warlukurlangu* abre de segunda a sexta-feira, das 9h às 18h. Todos os dias, pela manhã, os artistas vão buscar telas de tecido e escolhem suas tintas dentre as 200 cores disponíveis, em potinhos pequenos, para uso individual. Utilizam pincéis para colorir o fundo, mas os pontos tão característicos da pintura do deserto – *dot painting* – são feitos com pauzinhos achados em meio à vegetação. Quem fica pintando por ali, nas colchonetes do terraço coberto, ganha sanduíche e suco na hora do almoço. No final da tarde, os artistas devolvem as telas pintadas. Muitos pedem às coordenadoras palpites sobre combinação de cores e escolha de motivos, visando a uma maior aceitação do mercado.

Os valores que os artistas recebem são calculados pelo tamanho da tela – existem pelo menos 10 tamanhos diferentes, – e pelo cuidado na execução – classificada pelas coordenadoras como “regular”, “boa” ou “excelente”. O sistema de pagamento praticado é complexo. Junto com a tela em branco, o pintor já recebe de 15 a 30 dólares; ao entregar a tela pintada, ganha entre 40 e 60 dólares; se a pintura for vendida, tem direito a 75% do valor do preço de venda, descontando-se os adiantamentos.



Figura 3 :: Artista pintando no terraço do centro de artes *Warlukurlangu*.
Foto de Ilana Goldstein, Yuendumu, 2010.

Otto Jungarrayi Sims, membro do comitê diretor do centro de artes *Warlukurlangu*, considera que "a pintura é uma atividade flexível. Posso ir caçar cangurus e aves, colher formigas de mel e pintar nos intervalos entre essas atividades. Se bem que há outras pessoas que pintam diariamente, porque gostam e relaxam"⁹. Com efeito, a primeira artista com quem conversei em Yuendumu, Kelly Napanangka Michaels, de 43 anos, contou que pinta todo dia, mal acaba uma tela e já pede outra. Aprendeu a pintar com sua tia e segue o estilo dela.

Mais de 500 artistas Warlpiri vendem seus trabalhos para a cooperativa *Warlukurlangu*, embora apenas meia dúzia tenha reconhecimento do meio artístico. Ao contrário do que ocorre com a Papunya Tula, a orientação é produzir para compradores de menor poder aquisitivo, turistas e colecionadores iniciantes, oferecendo uma produção sem grandes pretensões, mas com forte identidade visual. O centro de artes distribui pinturas para 150 lojas de *souvenirs* e galerias no mundo todo, além de licenciar imagens para a produção de canecas, frasqueiras, carteiras e camisetas.

Do ponto de vista formal, para além da presença da iconografia tradicional, a pintura de Yuendumu compartilha duas outras características com as demais regiões do deserto. Em primeiro lugar, antes de começar, os artistas recobrem o fundo da tela com cores escuras, como marrom, preto ou vermelho, tornando-a mais parecida com a pele do corpo ou o solo do deserto. Em segundo lugar, elementos iconográficos como círculos, arcos e pegadas de animais são geralmente traçados com tinta preta ou marrom e, para ganhar destaque e relevo, são contornados por cores claras como branco ou amarelo (DUSSART, 2000). No entanto, algo específico do estilo de Yuendumu são as cores fortes em combinações inusitadas utilizadas na camada superficial da pintura, como preenchimento entre os elementos principais. Aplica-se do rosa ao turquesa, passando pelo laranja e pelo verde-limão.

A próxima imagem, feita por um pintor, hoje falecido, que foi presidente do Comitê Diretor do centro de artes até 2013, recria um trecho do *Dreaming* do canguru vermelho, em que um ancestral canguru viaja de um lugar a outro, caçando de dia e acampando à noite, em depressões cavadas no solo. As linhas arqueadas são os locais de acampamento do canguru ancestral, as pegadas que lembram o formato da letra "E" são os

9

Conversei com Otto Sims em Yuendumu, no dia 15 de abril de 2011.

traços de suas patas e as linhas retas alongadas são marcas de sua cauda. O canguru recolhe, durante a jornada, ervas medicinais muito utilizadas pelos Warlpiri. Essa história é exclusiva das subseções Jungarrayi e Japaljarri – à qual pertencia o artista.



Figura 4 :: Paddy Japaljarri Stewart. “Marlu Jukurrpa (Red Kangaroo dreaming)”.2007. Acrílico sobre tela. 107x61 cm. Imagem da galeria virtual do centro de artes Warlukurlangu.

Perguntei a Otto Jungarrayi Sims, um dos diretores desse centro de artes, como ele julga a qualidade de uma pintura. A resposta durante a entrevista foi muito interessante, fornecendo um critério visual e outro socioeconômico:

Não costumamos conversar sobre as pinturas, para não ofender uns aos outros. Eu pessoalmente aprecio as telas que fazem meus olhos passearem. Nossos ancestrais não usavam régua; as pinturas com mais verdade são aquelas que têm movimento. Chamamos também de “boa” uma pintura que vende bem. Vender pinturas traz coisas importantes, como poder construir

um centro próprio de hemodiálise. No centro de diálise, teremos duas máquinas e uma equipe de enfermagem, o que vai permitir que doentes renais crônicos possam visitar a comunidade e não precisem ficar sempre na capital.

O centro de artes *Warlukurlangu* oferece acomodações para voluntários, com dois quartos, cozinha e banheiro, roupa de cama e de banho. Decisão estratégica, pois parte do *staff* é composta por viajantes e pesquisadores, que trabalham como voluntários. Eles preparam o almoço, fotografam as pinturas que chegam, lançam dados sobre o artista e seus *Dreamings* no sistema informatizado, fixam telas em branco sobre molduras de madeira, para facilitar o trabalho dos artistas, e retiram-nas da moldura depois de pintadas. Uma das tarefas mais difíceis, para mim, foi misturar as tintas puras com diferentes porcentagens de branco. Os artistas sabem exatamente a cor de que precisam. Há diversas variações de laranja, várias gradações de rosa e assim por diante. A quantidade de tinta branca adicionada em cada mistura precisa ser exata.



Figura 5 :: Estante de tintas no *Warlukurlangu*.
Foto de Ilana Goldstein, Yuendumu, 2010.

A coordenadora Cecília Alfonso reclama do excesso de burocracia que enfrenta no dia-a-dia, para pedir apoios de diferentes órgãos e prestar contas dos apoios recebidos. Em princípio, deveria mandar ao governo até um relatório com os sites acessados mensalmente no centro de artes. Ela recebe também solicitações para interferir em casos policiais. Durante minha estadia, o telefone tocou duas vezes com notícias sobre prisões de artistas – por uso de álcool ou violência. A higiene é outro obstáculo. Às vezes, diretores de museus e donos de galerias comerciais brigam com ela para que convença os artistas a tomarem banho, na ocasião de vernissages ou premiações. A explicação de Cecília é que a água, tradicionalmente, era um recurso muito escasso, de modo que os aborígenes do deserto ainda evitam desperdiçá-la com duchas e descargas.

A coordenadora explicou-me que o *arts centre* funciona também como um banco: empresta dinheiro, e depois o montante é descontado da porcentagem sobre a venda das pinturas. O *Warlukurlangu* também já pagou operações de catarata para vários idosos. Desde 2007, o centro de artes mantém um programa de esterilização e eutanásia de cachorros – abandonados na região por antigos fazendeiros. Até dois anos atrás, havia cães demais na comunidade, cerca de 20 por família e não havia como cuidar de todos eles, que se tornaram famintos e agressivos. Hoje, os cães de Yuendumu são menos numerosos, bem alimentados e vacinados, graças não apenas ao centro de artes, mas também ao patrocínio da *Alison Kelly Gallery*, em Melbourne e da *Michael Reid Gallery*, em Sydney.

O objetivo de vender pinturas acarretou, aos poucos, mudanças nas práticas artísticas dos moradores de Yuendumu e arredores. Por um lado, surgiu uma tensão entre gerações, pois as pinturas cerimoniais eram apanágio dos mais velhos, ao passo que a pintura sobre tela desperta o interesse também dos jovens adultos. A acomodação a que se chegou foi permitir que os jovens pintassem, mas apenas motivos simples e públicos. Por outro lado, a autoria das pinturas, que tradicionalmente era coletiva, tende a se tornar individual no caso das telas, ou ao menos a ser divulgada como se houvesse um único autor, já que autoria e individualidade artísticas são valores caros ao sistema euro-americano de artes (DUSSART, 2000).

Ocorre também uma interação intensa e por vezes complicada entre o coordenador do centro e os artistas locais. “O conselheiro artístico está ali para garantir a venda dos trabalhos. Direciona a escolha das cores, a composição, a textura e, em alguns casos, até o assunto. O objetivo é ensinar ao artista como fazer uma pintura que venda” (BOWDLER, 2008, p. 365, tradução minha). Os artistas indígenas, por sua vez, procuram não abrir mão de sua autonomia, nem do respeito a preceitos tradicionais no modo de pintar. Busca-se, então, um meio termo entre as duas forças¹⁰.

Considerações finais: o cooperativismo cultural

Apesar das tensões que perpassam o cotidiano dos centros de arte australianos descritos nesse texto, não fosse a sua presença, os artistas indígenas da Austrália provavelmente ficariam sem fornecimento regular de materiais e teriam dificuldades em escoar sua produção de forma sistemática. Sem a atuação de uma cooperativa gerida pela comunidade, com o apoio de um administrador profissional, novos artistas indígenas não teriam quem os estimulasse e orientasse; artistas idosos com problemas na vista ou de locomoção deixariam de ter renda. Ademais, os centros de artes evitam que o artista precise sair sozinho em busca de compradores, diminuindo as chances de que caia na mão de atravessadores pouco escrupulosos. Sem contar que os *art centres* acabam funcionando como locais de reunião e de troca de informações, em que ocorrem articulações políticas e organizações de cerimônias. Mas talvez o mais importante seja a função de documentação cultural. Os centros de arte, via de regra, fotografam as obras e os artistas, registram dados biográficos e sínteses dos *Dreamings* pintados.

Em síntese, as cooperativas de artistas são as organizações indígenas que melhor funcionaram até hoje, na Austrália, as mais longevas e em permanente expansão. Numa situação em que o contato com os brancos é inevitável, o centro de artes se tornou uma das únicas fontes de ocupação e de renda nas comunidades indígenas remotas, que introduz valores capitalistas de um lado, mas permite o protagonismo e o empoderamento da comunidade indígena, enquanto coletivo, de outro lado.

10

O papel do coordenador artístico na definição dos rumos da arte praticada em cada comunidade não é nada desprezível. Geoffrey Bardon, o visionário professor de artes que, em 1971, impulsionou a criação da cooperativa *Papunya Tula*, proibia os Pintupi de usarem temas e cores dos brancos. Tanto é que um dos artistas indígenas mais valorizados hoje, Clifford Possum, que, no início, pintava flores, brasões de armas, moedas e histórias em quadrinhos, acabou restringindo seu cardápio pictórico, porque Bardon o aconselhou a pintar só aquilo que parecesse autenticamente aborígene – afinal, esse era o diferencial da cooperativa (BOWDLER, 2008, p. 357). John Carty, antropólogo que estuda *Balgo Hills Art*, uma cooperativa do Deserto Ocidental, fez-me um relato na mesma direção: inicialmente, os artistas de Balgo experimentavam com aquarela paisagens, desenhos figurativos, narrativas cristãs e também recriavam o repertório tradicional de histórias e motivos. A interação com o mercado levou-os a selecionar apenas uma parte desse conjunto de experimentações, lapidada coletivamente, até que se chegou a uma produção artística, a um só tempo explicitamente aborígene e única daquela região.

Com base nesse estudo de caso, emerge uma questão que não seria possível desenvolver no âmbito desse texto, mas que merece ao menos menção. Será que a organização em cooperativas não representa uma saída interessante para outros tipos de artistas e profissionais da cultura, em contextos distantes da Austrália indígena?

Historicamente, o movimento cooperativista surgiu na Inglaterra, na cidade de Rochdale, no contexto da Revolução Industrial. No ano de 1844, um grupo de 28 tecelões juntou suas economias e fundou uma pequena cooperativa de consumo, para tentar atenuar a condição de pobreza em que vivia. Os membros do grupo passaram a comprar coletivamente, no atacado, para depois dividirem os suprimentos. Decidiram que os produtos não poderiam ser adulterados – prática comum nas lojas voltadas à classe operária; que a cooperativa deveria ser neutra quanto à política e à religião; que todos os sócios teriam um voto na hora de tomar decisões; e que, caso sobrasse dinheiro, essas sobras seriam distribuídas por todos. Assim surgiram alguns dos princípios do cooperativismo que vigoram em nível internacional, até hoje: (1). adesão livre e voluntária; (2). gestão democrática; (3). participação econômica dos membros; (4). autonomia e independência; (5). investimento em educação, formação e informação; (6). cooperação entre cooperativas; (7). interesse pela comunidade.

No Brasil, a primeira cooperativa de consumo surgiu em Ouro Preto (MG), no ano de 1889. Em 1902, foram fundadas as primeiras cooperativas de crédito, no Rio Grande do Sul, por iniciativa do padre suíço Theodor Amstadt. A partir de 1906, desenvolveram-se as cooperativas agropecuárias, impulsionadas por imigrantes italianos e alemães. Desde então, as cooperativas se espalharam e, hoje, a Organização das Cooperativas Brasileiras estima que haja, no Brasil, pelo menos 6500 cooperativas formalmente constituídas e mais de 10 milhões de cooperados¹¹.

Em linhas gerais, uma cooperativa é um empreendimento que pertence a todos os sócios. Os cooperados tomam as decisões, aprovam as contas e dividem os resultados econômicos de forma coletiva e transparente, por meio de assembleias, nas quais também elegem seus diretores¹². A finalidade da cooperativa não é ter lucro, mas atender aos sócios. Muitas vezes, a cooperativa permite que sejam realizadas, em conjunto, coisas que

11

Informações retiradas do site da Organização das Cooperativas Brasileiras: <http://www.ocb.org.br/site/ramos/estatisticas.asp>. Acesso em 25/08/2013.

12

Para saber mais sobre o cooperativismo, consultar, entre outros, Benatto (1994), Jäger (1992) e Schneider (1999).

não seria possível fazer sozinho. As cooperativas habitacionais, por exemplo, possibilitam que pessoas interessadas em construir edifícios ou conjuntos residenciais unam esforços e recursos para tocar a obra sem intermediários. Já as cooperativas educacionais reúnem pais que compartilham ideais e valores e contratam diretamente os educadores e funcionários da escola cooperativa na qual seus filhos estudam. As cooperativas agropecuárias, por sua vez, fornecem silos de armazenamento comuns a sítiantes e fazendeiros, ou transportam suas safras em caminhões coletivos. Ao passo que as cooperativas de crédito emprestam dinheiro aos sócios com juros mais baixos do que os de um banco convencional.

Um dos ramos mais fortes do cooperativismo, atualmente, é o do trabalho, que emerge como alternativa ao emprego com carteira assinada e, ao mesmo tempo, como antídoto ao trabalho informal. Os cooperados não têm direitos trabalhistas, mas – excetuando-se no caso das pseudocooperativas de fachada – podem aproveitar da infraestrutura da cooperativa, de seus equipamentos, podem emitir notafiscal, contratar serviços coletivamente, participar de licitações, etc. Dentro do cooperativismo de trabalho, as cooperativas culturais vêm crescendo na última década.

Para ficar só em São Paulo, a Cooperativa Paulista de Teatro, fundada em 1979, conta com 3800 sócios (entre atores, produtores e técnicos), abriga as mais importantes companhias teatrais do Estado e luta por políticas públicas favoráveis às artes cênicas, tendo conseguido, por exemplo, a implementação de uma lei municipal de fomento ao teatro na capital paulista. A Cooperativa de Música, criada em 2007, reúne cerca de 1800 associados, conta com um selo musical próprio e também costuma se envolver em discussões sobre políticas públicas para a cultura, como a lei que institui a obrigatoriedade do ensino de música nas escolas. A Cooperativa Paulista de Circo desenvolve, desde 2006, projetos em parceria com a Secretaria Estadual de Cultura e a Secretaria Estadual de Educação. A Cooperativa de Dança oferece a dançarinos e coreógrafos possibilidades de criação e produção coletiva. Existem ainda cooperativas de arte-educadores, restauradores, produtores culturais, artesãos, fotógrafos e *designers*.

Ao oferecer uma modalidade intermediária entre o trabalho autônomo solitário e o emprego fixo em uma organização convencional, ao combinar a formalização do trabalho com a liberdade individual, e ao reunir pessoas com interesses similares, o cooperativismo talvez seja particularmente interessante para profissionais das artes e da cultura em geral, muito além dos horizontes indígenas da Austrália. Eis um assunto que mereceria mais discussão.

Referências

ALTMAN, John. *Brokering Aboriginal art. A critical perspective on marketing, institutions and the state*. Melbourne, Deakin University/Melbourne Museum, 2005.

BENATTO, João Vitorino Azolin. *Cooperativismo encontros e desencontros*, 2ed. São Paulo, ICA/OCESP, 1994.

BOWDLER, Cath. *Peintpeintbat. Four artists from Roper River*. Tese de doutoramento. Canberra, Centre for Cross-Cultural Research, Australian National University, 2008.

CARUANA, Wally. *Aboriginal art*. London and New York, Thames and Hudson, 2003.

DODSON, Mick; ALLEN, David; GOODWIN, Tim. *The role of the Central Land Council in Aboriginal land dealings*. Canberra, Australian Agency for International Development, 2008. Disponível em: www.usaid.gov/au/publications/pdf/MLW_VolumeTwo_CaseStudy_6.pdf. Acesso em 09/08/2011.

DUSSART, Françoise. *The politics of ritual in an Aboriginal settlement: kinship, gender and the currency of knowledge*. Washington D.C., Smithsonian Institute Press, 2000.

ERRINGTON, Sherry. *The death of authentic primitive art and other tales of progress*. Berkeley/ Los Angeles / London, University of California Press, 1998.

GELL, Alfred. *Art and agency. An anthropological theory*. Oxford, Clarendon Press, 1998.

GELL, Alfred. Vogel's Net. Traps as artworks and artworks as traps. In: MORPHY, Howard e PERKINS, Morgan (orgs.). *The Anthropology of art. A reader*. Cornwall, Blackwell Publishing, 2006.

GOLDSTEIN, Ilana Seltzer. *Do "tempo dos sonhos" à galeria: arte aborígine australiana como espaço de diálogos e tensões interculturais*. Tese de doutorado apresentada ao Departamento de Antropologia Social da UNICAMP, em mar. 2012. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000856261>. Acesso em 10/12/2012.

HEALY, Jacqueline. *A fragile thing: marketing aboriginal art from remote areas*. Tese de doutoramento apresentada à *School of Art History, Cinema, Classics and Archeology* da Universidade de Melbourne, 2005.

JÄGER, Wilhelm. *As cooperativas brasileiras sob o enfoque de moderna teoria da cooperação*. Brasília, OCB, 1992.

JOHNSON, Vivien. *Papunya painting out of the desert*. Canberra, National Museum of Australia Press, 2006.

MACKENZIE, Catriona. *Mrs. Patterns* [documentário]. Film Australia Production. Vídeo, 55 minutos, 2003.

MORPHY, Howard. *Becoming art. Exploring cross cultural categories*. Sydney, University of South Austrália Press, 2008.

MYERS, Fred. *Painting Culture: The making of an aboriginal high art*. Duke University Press, 2002.

MUSHARBARSH, Yasmine. *Yuendumu everyday: intimacy, immediacy and mobility in a remote Aboriginal settlement*. Canberra, Aboriginal Studies Press, 2008.

O'ROURKE, Stephen. *Sandpainting of the western desert* [documentário]. Sydney, Australian Broadcasting Commission. 10 minutos, 1981.

SCHNEIDER, José Odelso. Democracia, participação e autonomia cooperativa. 2 ed. São Leopoldo, UNISINOS, 1999.

WRIGHT, Felicity. *The Art & Craft Centre Story*, Volume One. A survey of thirty-nine Aboriginal community art and craft centres in remote Australia. Woden, Desart Inc., Aboriginal & Torres Strait Islander Commission, 1999.

_____. *The Art & Craft Centre Story*, Volume Three. Good Stories from out bush: examples of best practice from Aboriginal art and craft centres in remote Australia. Woden, Aboriginal & Torres Strait Islander Commission, 2000

Recebido em 08/07/2016

Aprovado em 26/09/2016

O mercado de arte contemporânea: novos canais, velhas estruturas¹

Pau Waelder²

Resumo

A popularização da World Wide Web em meados da década de 1990 ofereceu novos canais de divulgação de conteúdos, plataformas para comunidades virtuais e um crescente mercado de comércio eletrônico. No mundo da arte, a rede tem destinado a alguns artistas um espaço para experimentar e divulgar livremente seu trabalho, enquanto a maioria das instituições e dos agentes do mercado de arte contemporânea tem ignorado as suas possibilidades, demonstrando falta de interesse por sua presença em sites e redes sociais até o final da década de 2000. Atualmente, observa-se, por um lado, uma série de propostas desenvolvidas por artistas, colecionadores e algumas galerias para a venda de obras de arte digital, tentativas de integração da net art e da arte digital no mercado da arte contemporânea. Por outro lado, o uso generalizado de dispositivos como *smartphones*, *tablets* e *smart TVs*, bem como a consolidação do comércio eletrônico, tem despertado o interesse de vários *marchands* e de grandes investidores devido às possibilidades oferecidas pela rede. Criaram-se, pois, nos últimos anos, várias plataformas de divulgação e venda de arte contemporânea na Internet com o apoio de grandes galerias e artistas consagrados. Este artigo propõe uma análise das diferentes iniciativas que estão sendo desenvolvidas para a venda de arte contemporânea on-line, inserindo-as no contexto das estruturas tradicionais do mercado de arte. A partir desta análise, propomos distintas conclusões que apontam para a possível evolução futura do mercado de arte na Internet.

Palavras-chave: Arte contemporânea. Internet. Arte digital. Mercado de arte. Net art. Colecionismo.

The contemporary art market: new channels, old structures

Abstract

The popularization of the World Wide Web in the mid-1990s offered new content delivery channels, virtual community platforms, and a growing e-commerce

1

Este artigo foi redigido em 2013 e revisado com algumas atualizações em 2016.

2

Doutor em Sociedad de la Información y el Conocimiento, Universitat Oberta de Catalunya. Curador independente, crítico de arte e pesquisador especializado em arte contemporânea, novos meios e mercado de arte. E-mail: pau@pauwaelder.com

market. In the art world, the network has given some artists a space to experiment and freely disseminate their work, while most institutions and agents in the contemporary art market have ignored their possibilities, showing desinterest in their presence in websites and social networks by the end of the 2000s. Nowadays, we could observe that, there is a series of proposals developed by artists, collectors and some galleries for selling digital art works, attempts to integrate net art and digital art into the contemporary art market. Conversely, the extended use of devices such as smartphones, tablets and smart TVs, as well as the consolidation of e-commerce, has aroused the interest of several resellers and large investors due to the possibilities offered by the network. In recent years, a large number of platforms have been created for the dissemination and sale of contemporary art on the Internet with the support of great galleries and established artists. This article proposes an analysis of the different initiatives that are being developed for the sale of contemporary art online, inserting them in the context of the traditional structures of the art market. From this analysis, we propose different conclusions that point to the possible future evolution of the art market on Internet.

Keywords: Contemporary art. Internet. Digital art. Art market. Net art. Collecting.

1 Net art, Internet e o mercado de arte

A popularização da World Wide Web em meados da década de 1990 ofereceu novos canais para a divulgação de conteúdos, plataformas para comunidades virtuais e um crescente mercado que ampliaria as possibilidades já desenvolvidas pela venda por catálogo e por televendas. Desde 1995, empresas como Intershop, Amazon ou eBay rapidamente desenvolveram um modelo de comércio eletrônico, que, depois de um início lento, tem experimentado um crescimento significativo nos últimos anos. No mundo da arte, a rede tem destinado a alguns artistas um espaço onde experimentar e divulgar livremente seu trabalho, enquanto a maioria das instituições e dos agentes do mercado de arte tem ignorado suas possibilidades, demonstrando falta de interesse por sua presença nos sites e redes sociais até o final de 2000.

Em seus primeiros anos, a rede foi considerada por muitos artistas como uma via alternativa que lhes permitiria esquivar-se das rígidas estruturas

do mundo da arte, e ter acesso ao público (e aos potenciais colecionadores), sem a mediação das galerias ou a validação dos museus, críticos e curadores. Esta situação reflete-se em textos como o manifesto *Introdução à net art (1994-1999)*, de Natalie Bookchin e Alexei Shulgin, que descrevem a Internet como um “meio para a produção, publicação, distribuição, promoção, diálogo, consumo e crítica”, no qual é possível ocorrer a “desintegração e mutação do artista, curador, interlocutor, público, galeria, teórico, colecionador de arte e museu” (BOOKCHIN; SHULGIN, 1999). Os artistas aspiravam a uma certa “democratização” das estruturas do mundo da arte e, especialmente, do mercado de arte. Entretanto, essas mudanças não se concretizaram, e mesmo quando as instituições mais representativas do circuito da arte contemporânea se interessam pelas práticas artísticas emergentes na Internet, a falta de compreensão do ambiente dá origem a mal-entendidos. Em 1997, a décima edição de *documenta* hospedou, pela primeira vez, obras de net art, mas o fez em um contexto (semelhante a um escritório) não favorável à compreensão das obras em exposição (GRAHAM; COOK, 2010, p. 219). Além disso, os organizadores do evento anunciaram que, no final da mostra, o site de *documenta* seria extinto e estaria à venda no formato CD-ROM. Em resposta a essa decisão (equivocada), o artista Vuk Ćosić copiou a maioria do site da *documenta* e o hospedou em seu próprio servidor, o que gerou uma certa controvérsia. Essa experiência levaria Ćosić, mesmo anos mais tarde, a mostrar sua rejeição aos tradicionais espaços das galerias de arte, onde as obras de net art estão “essencialmente [...] no lugar errado” (trad. de COOK; GRAHAM; MARTIN, 2002, p. 42).

A posição do artista ilustra o embate entre as instituições do mundo da arte e as práticas artísticas vinculadas à mídia digital, que tem se mantido nas últimas décadas, apesar de contatos ocasionais em várias exposições em museus, centros de arte, algumas galerias e eventos, como a Bienal de Veneza. A comercialização de obras de net art e arte digital, por outro lado, ocorreu de forma minoritária no mercado de arte, e também através de diversas iniciativas e modelos para estabelecer um mercado para este tipo de peça, desde a venda no site que hospeda a obra a sistemas de pagamento que funcionam por visualização ou lojas virtuais. Com diferentes resultados, em alguns casos, estas iniciativas têm gerado receitas para os

artistas, mas não conseguem criar um mercado estável, constituindo, às vezes, opções de venda vinculadas a galerias de arte integradas com o mercado de arte contemporânea.

A essas tentativas de integração entre a *net art* e a arte digital no mercado da arte contemporânea somou-se, recentemente, a expansão deste último na mídia digital. O uso generalizado de dispositivos como *smartphones*, *tablets* e *smart TVs*, bem como a consolidação do comércio eletrônico, tem despertado o interesse de vários *marchands* e de grandes investidores pelas possibilidades oferecidas pela rede. Assim, no espaço de poucos anos, estabeleceram-se várias plataformas de divulgação e venda de arte contemporânea na Internet com o apoio de grandes galerias e de artistas consagrados. Em seguida, examinaremos as propostas que têm sido desenvolvidas, tanto relacionadas às iniciativas de artistas, quanto às plataformas no seio do mercado da arte contemporânea dominante no período de 2010 a 2013.

2. Como vender uma obra de arte digital na Internet

Em 1998, Olia Lialina, uma das artistas pioneiras da *net art*, conferiu ao seu site pessoal o título de "a primeira e única galeria de *net art*"³, e organiza uma exposição on-line intitulada *Miniatures from the Heroic Period*⁴. De acordo com a artista, esta foi a primeira exposição que, de forma explícita, punha à venda obras de *net art* (LIALINA, 2010, p. 40), com preços oscilando entre 1.900 a 2.000 dólares. Lialina vendeu sua obra *If You Want to Clean Your Screen* (1998) para os artistas Auriea Harvey e Michael Samyn⁵ por um valor não divulgado, e fechou o negócio com um aperto de mãos. Harvey e Samyn receberam a obra, que foi transferida para uma seção de seu site dedicada a obras assim adquiridas⁶. A transação, protagonizada por Lialina e seus compradores, ilustra uma das maneiras mais simples e diretas para a venda de uma obra de arte digital que a Internet possibilita: o artista tem a possibilidade de mostrar sua obra sem necessidade do espaço físico de uma galeria, e pode vendê-la a um

3

Olia Lialina, *PAGES IN THE MIDDLE OF NOWHERE (former FIRST AND THE ONLY REAL NET ART GALLERY)*. <<http://art.teleportacia.org>>

4

Olia Lialina, *Miniatures of the Heroic Period*. <<http://art.teleportacia.org/exhibition/miniatures>>

5

Olia Lialina, "If You Want to Clean Your Screen is sold to www.entropy8zuper.org", *art.teleportacia*. <<http://art.teleportacia.org/office/clients>>

6

"Possession", *entropy8zuper.org*. <<http://www.entropy8zuper.org/possession>>

O mercado de arte contemporânea: novos canais, velhas estruturas
Pau Waelder

coleccionador através de uma simples transferência de arquivos de um servidor a outro. A obra não sofre modificações, permanece acessível ao público, mas agora tem outro proprietário. Vários artistas têm vendido suas obras de net art desta forma (em alguns casos, esquivando-se do mercado de arte) e, em particular no final da década de 1990 e início de 2000, vários museus, como o Whitney Museum of American Art, o Museu Solomon R. Guggenheim e a Tate Modern, encomendaram ou adquiriram obras criadas na Internet, que foram incorporadas a suas coleções on-line, acessíveis em seus sites. Nos últimos anos, a venda de obras hospedadas em sites tem seu exemplo mais notável no artista Rafaël Rozendaal, cuja obra consiste em composições visuais, muitas vezes interativas⁷, que podem ser visualizadas através de um navegador. O artista atribui a cada trabalho um nome de domínio (URL), que coincide com o título e dá à peça uma identidade e localização próprias. Rozendaal vende estas obras através do *Art Website Sales Contract*⁸ (contrato de venda de site de arte), um documento legal elaborado com o objetivo de estabelecer os direitos e obrigações do artista e do comprador. Dentre as obrigações do colecionador, destacam-se a obrigatoriedade de manter a obra livremente acessível na Internet, e pagar os custos de sua manutenção (hospedagem e renovação de nome de domínio). Em compensação, adquire o direito de incluir seu nome no código-fonte da página da web, para que ele apareça ao lado do título da obra na barra superior do navegador. Rozendaal esclarece que é necessário manter a obra on-line e que os colecionadores aceitem esta condição, uma vez que “é a natureza da obra” (WAELDER, 2013a, p. 70).

Para além da simples transferência da titularidade de um site, outros artistas desenvolveram modelos que estabelecem novas formas de aquisição de arte, e também visam a equilibrar o caráter imaterial da obra de net art com a habitual concepção da obra de arte como objeto físico. Carlo Zanni é um artista que explorou, por mais de uma década, as possibilidades de comercialização das obras de net art. Entre suas obras destaca-se *Altarboy* (2003)⁹, uma obra de net art que se apresenta como uma maleta com uma tela. O objeto contém, além da obra, o hardware que permite conectá-la à Internet. Desta forma, o colecionador adquire um objeto, mas para vê-lo deve conectar a peça à Internet, também acessível ao público através da

7

Rafaël Rozendaal, *websites*.
<<http://www.newrafael.com/websites>

8

Rafaël Rozendaal, *Art Website Sales Contract*. <<http://www.artwebsitesalescontract.com>

9

Carlo Zanni, *Altarboy-Cyrille*.
<<http://zanni.org/html/works/altarboy-cyrille/altarboycyrille.htm>

rede. Se *Altarboy* gera uma nova relação entre a posse e a distribuição, outro projeto de Zanni propõe uma nova forma de “aquisição”. *My Country is a Living Room* (2011)¹⁰ consiste de um poema gerado automaticamente na Internet, que pode ser visto através de um navegador. O artista criou para esta obra um sistema de pagamento por visualização: o usuário acessa o site pagando uma taxa que lhe permite vê-la durante um período limitado de tempo (desde uma tarifa diária de €0,99 até uma assinatura de 10 dias por €6,99). Assim, a peça gera lucro cada vez que é vista, mas não é comprada. O artista procura, assim, um público mais numeroso disposto a pagar uma quantia menor, evitando as limitações de um restritivo mercado de arte (WAEELDER, 2012, p. 46).

Em muitos casos, embora os artistas tenham desenvolvido modelos de venda de suas obras na Internet para o mercado de arte, de maneira independente, isso não implica que todos tenham evitado as galerias. Rozendaal, por exemplo, recebe assistência de sua galeria para a elaboração do seu “contrato de venda de arte em sites”, e outros artistas também o fizeram com a ajuda das que os representam. Um exemplo notável é a obra de Mark Napier, *The Waiting Room*¹¹, apresentada na galeria bitforms em Nova York, em abril de 2002. Napier cria um espaço virtual compartilhado on-line, que pode ser modificado pelos usuários em tempo real. A obra é vendida sob a forma de “participações”, de tal forma que cada colecionador adquire um software específico e o direito de acesso à obra (limitada a cinquenta usuários) por meio de um computador conectado à Internet. O artista se propõe a disponibilizar a obra em uma tela pendurada na parede, como uma pintura, com o computador oculto e um mouse sem fio que permite que se interaja com a peça. Sempre que um usuário modifica a composição, ele o faz para todos os demais compradores. A obra, assim compartilhada, permanece na rede, mas não é pública: somente colecionadores podem vê-la. De acordo com Steve Sacks, diretor de bitforms, a obra de Napier constitui-se num método ainda válido para distribuir e acessar as obras na Internet (WAEELDER, 2010, p. 69). Entretanto, estes exemplos não estabelecem, por si só, um mercado de arte diferente, apenas representam tentativas de integrar as práticas artísticas, baseadas em novas tecnologias nas estruturas do mercado de arte.

10

Carlo Zanni, *My Country is a Living Room*. <<http://mycountryisalivingroom.com>>

11

Mark Napier, *The Waiting Room*. <<http://www.potatoland.org/waitingroom>>

3. O mercado de arte contemporânea na Internet

Ao contrário de iniciativas independentes ou de soluções desenvolvidas por artistas para vender arte na Internet desde a década de 1990, o mercado de arte dominante manteve-se bastante alheio às possibilidades de negócios na rede até o início da segunda década do século XXI. As galerias possuem sites, bem como as feiras de arte e casas de leilão, mas não desenvolveram modelos destacáveis de venda pela Internet, com a exceção notável da Saatchi Online¹², plataforma web para artistas, criada em 2006 pela prestigiada galeria de Charles Saatchi. Em abril do mesmo ano, o conhecido colecionador e promotor de arte contemporânea britânica apresenta uma seção em seu site (chamada originalmente de "Your Gallery"), aberta para artistas que quisessem apresentar e vender suas obras, sem pagar qualquer encargo (VOGEL, 2006). A galeria virtual foi inicialmente comparada ao MySpace (GIBSON, 2006) e vista como uma rede social, com a qual Saatchi alegou não querer ter qualquer envolvimento comercial (EDGECLIFFE JOHNSON, 2007). O site rapidamente atraiu um grande número de artistas, passando de 1.750 em seu primeiro mês (GIBSON, 2006) a 20.700 em dezembro do mesmo ano (VOGEL, 2006) e 70.000 em outubro de 2007 (EDGECLIFFE JOHNSON, 2007). Nesta data, estimou-se que a galeria on-line de Saatchi obteve um faturamento anual de 130 milhões de dólares (EDGECLIFFE JOHNSON, 2007). Em 2010, sob a direção de Bruce Livingstone (fundador da bem-sucedida plataforma para fotografia iStockphoto, pela qual a Getty Images pagou 50 milhões de dólares em 2006), a Saatchi Online lançou um novo site totalmente redesenhado, com um novo modelo de negócio. Agora, mais de 100.000 artistas que criaram um perfil na plataforma podem vender suas obras através da mesma, retendo 70% dos lucros. O novo site dispõe de uma interface que permite pesquisar obras por categoria, mídia, estilo, assunto, preço, tamanho e uma série de palavras-chave (de acordo com o modelo já desenvolvido pela iStockphoto), além de seções com curadoria e eventos especiais, tais como concursos abertos para artistas afiliados da plataforma. Saatchi Online estabelece um precedente que, sem dúvida, inspirou outras iniciativas desenvolvidas no campo do mercado de arte dominante apenas alguns meses mais tarde. A "história de

sucesso” de Saatchi, tanto pelos lucros gerados (aparentemente), quanto pelo seu desempenho, marca a tendência crescente para levar o negócio da arte ao âmbito da web 2.0. Nas seções seguintes, analisaremos as iniciativas mais destacáveis lançadas entre 2010 e 2013.

3.1 VIP Art Fair

Entre 22 e 30 de janeiro de 2011 foi realizada a primeira edição da VIP Art Fair¹³, uma iniciativa de James e Jane Cohan (proprietários da Galeria James Cohan, em Nova York) e dos empresários de computação Jonas e Alessandra Almgren, considerada a primeira feira de arte voltada exclusivamente para a rede na Internet. Esta exposição temporária ocorreu no site www.vipartfair.com, cujo acesso se dava após um registro prévio, e que disponibilizou aos visitantes um total de 7.500 obras de mais de 2.000 artistas, com a participação de 138 galerias de arte de trinta países¹⁴. A interface do site reproduzia a estrutura habitual de feiras de arte contemporânea: um espaço dividido em estandes individuais, com seções específicas para galerias emergentes, exposições individuais e edições. Os estandes distinguiam-se por tamanho (em três categorias: Premier grande, médio e pequeno), em que as galerias mais importantes dispunham dos maiores espaços. Tal como em qualquer feira, os estandes foram delimitados por uma parede branca e chão cinzento: um espaço totalmente bidimensional para permitir a observação das obras expostas movendo-se lateralmente ao longo da parede. A exposição terminava com a silhueta semitransparente de um homem ou de uma mulher, que oferecia uma escala de tamanho real de cada peça. As obras podiam ser observadas em detalhe, usando uma ferramenta de aumento, e dispunham de uma ficha técnica onde constava o preço de venda e um link para entrar em contato com a galeria. Criada com o objetivo de se tornar um espaço de alto nível, a VIP Art Fair contava, já nesta primeira edição, com o apoio de grandes galerias, como a David Zwirner, a White Cube, a Gagosian ou a Hauser & Wirth, e com a presença de obras de artistas consagrados, como Damien Hirst, Ai Wei Wei, Doris Salcedo, Sophie Calle e Marina Abramovic,

13

VIP Art Fair, atualmente VIP Art.
<<http://www.vipart.com>

14

Nota de imprensa: "World's First Online Art Fair Launches Saturday, January 22 at www.vipartfair.com", *VIP Art Fair*. <<https://d7ba7d7b41snf.cloudfront.net/assets/press/VIP%20Art%20Fair%20Opening%20Press%20Release%20FINAL%20US.pdf>

entre muitos outros. Os preços das obras variavam entre cinco mil e um milhão de dólares.

A VIP Art Fair, cuja sigla sugere exclusividade, mas na verdade quer dizer "*viewing in private*", fundamenta seu apelo atrativo na possibilidade de acesso às obras de uma feira de arte contemporânea no conforto e privacidade do computador pessoal. "Ver em privado" e ter acesso imediato a um extenso catálogo de obras para venda é, de fato, um incentivo importante para muitos colecionadores em um mercado de arte que, como destaca Raymonde Moulin, caracteriza-se pela incerteza e pelo desencontro de informações (Moulin, 2003: Loc. 46). O simples fato de incluir o preço de venda às obras contrasta com a prática convencional de separar o aspecto comercial do artístico, como assinala Don Thompson: [...] A maioria dos proprietários de galeria relutam em falar sobre o processo de preço. [...] A estrutura das galerias reflete essa distinção entre arte e comércio. A parte da frente é um espaço semelhante a um museu onde a obra é exposta. Os preços não são exibidos, embora seja possível consultar uma lista no escritório. As negociações ocorrem em uma sala separada, na parte de trás ou no andar superior; aqui é onde as vendas são efetuadas (THOMPSON, 2010, Loc. 3342).

Apesar de sua originalidade basear-se na suposta inovação em organizar uma feira de arte exclusivamente on-line, a VIP Art Fair não questionou, nem atualizou as tradicionais estruturas do mercado de arte. Pelo contrário, reproduziu fielmente a mesma organização de uma feira de arte "real", inclusive nos aspectos derivados das limitações de um espaço físico, tal como ocorre na hierarquia das galerias, conforme o tamanho dos estandes ou a temporalidade do evento. Obviamente, em um site não faz sentido estabelecer dimensões físicas, nem é necessário limitar a existência de conteúdos a apenas alguns dias (como já vimos no caso da *documenta X*), mas esses fatores, que adquiriram um valor próprio no mundo da arte off-line, foram transferidos para o ambiente on-line.

A segunda edição da VIP Art Fair ocorreu no ano seguinte, de 3 a 8 de fevereiro de 2012, com a participação de 135 galerias de 196 países, reunindo um total de 1.500 obras de 1.100 artistas¹⁵. Com um número de visitas registradas três vezes maior que o da edição anterior (de 40.000 a 160.000), a feira parece consolidar-se e anuncia uma série de eventos especializados (VIP Paper, VIP Photo, VIP Vernissage) que aconteceram entre abril e setembro do mesmo ano. No entanto, em 4 de setembro, a diretora Liz Parks anuncia a transformação da feira de arte on-line numa plataforma aberta durante todo o ano, em que os colecionadores podem consultar obras postas à venda pelas galerias de arte que se tenham inscrito para este serviço¹⁶. A VIP Art abandona, portanto, a estrutura inicial como um evento temporário, e torna-se um diretório on-line de galerias de arte. Este novo modelo será reforçado após a aquisição da VIP Art pela Artspace, uma plataforma lançada em 2011, cujo modelo de negócios baseia-se na mediação entre o comprador e a galeria em troca de uma comissão sobre as vendas (RUSSETH, 2013).

3.2 s[edition]

A primeira edição da VIP Art Fair, em 2011, mostra uma atenção renovada sobre o comércio eletrônico pelo mercado de arte. Alguns meses mais tarde, é realizada a s[edition]¹⁷, uma plataforma de arte em formato digital promovida por Harry Blain, proprietário de galeria, fundador da Haunch of Venison, e por Robert L. Norton, diretor-executivo da Saatchi Online. Ao contrário de outras plataformas, que vendem obras de arte em formatos convencionais através de um site, a s[edition] dispõe-se a vender “edições digitais” de obras de arte de artistas de primeira linha, tais como Damien Hirst ou Tracey Emin, a preços bem acessíveis, em geral oscilando entre 6 e 100 dólares, embora algumas atinjam cifras mais elevadas. Os produtos comercializados pela s[edition] são fotografias digitais ou vídeos que o colecionador adquire (recebendo em troca um “certificado digital” de autenticidade), mas que permanecem no servidor da empresa e são acessíveis mediante dispositivos digitais, como

15

Nota de imprensa: “VIP 2.0 Creates Active Online Marketplace For International Contemporary Art”, *VIP Art Fair*. <<https://d7ba7d7b41snf.cloudfront.net/assets/press/VIP2%200-Wrap-up%20release%20FINAL.pdf>>

16

Nota de imprensa: “VIP Art Fair announces its transformation into VIP Art”, *VIP Art Fair*. <<https://d7ba7d7b41snf.cloudfront.net/assets/press/9-04-2012-VIP-Art.pdf>>

17

s[edition]. <<http://www.seditionart.com>>

O mercado de arte contemporânea: novos canais, velhas estruturas
Pau Waelder

computadores, *smartphones*, *tablets* ou *smart TVs*, graças a um software específico gratuito. A estratégia inicial desta plataforma concentra-se em disponibilizar, através de edições digitais, obras de artistas de prestígio a preços muito baixos. Este argumento de vendas é amplamente divulgado em artigos publicados após o lançamento da s[edition]¹⁸, e dá a entender que tem por propósito alcançar um público que aprecia a obra dos artistas, mas que não tem poder aquisitivo para comprá-la. Estes potenciais compradores podem ser numerosos, de modo que, mesmo se o preço de venda for reduzido a menos de 1% do valor de uma obra original, o número de cópias que são vendidas para este (sub-)produto representa uma renda considerável. Acrescente-se a isso o reduzido custo de manutenção e de distribuição dos arquivos digitais, e a eliminação das tradicionais limitações de armazenamento de objetos. Conforme assinala Chris Anderson, esses fatores contribuem para que se repense o formato do mercado: “Nossa cultura e economia estão deslocando-se progressivamente da centralização sobre um número relativamente pequeno de hits (produtos e mercados dominantes) localizados no cume da curva de demanda, em direção a um grande número de nichos na base” (ANDERSON, 2009, p. 52).

Se aplicarmos este princípio ao mercado de arte, podemos afirmar que a distribuição de edições digitais permite mudar o foco da venda de obras exclusivas com um preço muito elevado para um número reduzido de colecionadores, para a venda de um grande número de cópias de uma obra por um preço reduzido a um grande número de compradores. Entretanto, as edições de artistas como Damien Hirst, Jenny Holzer, Bill Viola ou Yoko Ono não conseguiram esgotar os milhares de exemplares disponibilizados, fato que marcou uma mudança progressiva na estratégia direcionada a uma oferta mais ampla e diversificada, com edições de jovens artistas, como Aaron Koblin, Rafaël Rozendaal e Angelo Plessas, que produzem seu trabalho com ferramentas digitais e criam obras de arte na Internet. A fim de continuar expandindo seu catálogo, a s[edition] recorre a um formato já testado na Saatchi Online: a plataforma aberta, na qual são os próprios artistas que fornecem e gerenciam suas obras, recebendo 50% da receita líquida das vendas. Desta forma, como anunciou em seu blog em 5 de junho de 2013¹⁹, a plataforma divide-se agora em duas seções: *Curated*,

18

“Archive for the «Press» Category”, s[edition] blog. <<http://blog.seditionart.com/category/press>>

19

“Announcing our new expanded platform for artists”, s[edition] blog. <<http://blog.seditionart.com/2013/06/05/announcing-our-new-expanded-platform-for-artists>>

que contém obras de artistas selecionados pela equipe de s[edition], e *Open platform*, que atualmente conta com mais do dobro dos artistas comparada com a seção de curadoria. Em 2013 duas obras esgotaram suas respectivas edições: *A Single Number That Has 124,761,600 Digits*, de Ryoji Ikeda (edição de trezentos exemplares a US\$8), e *Prosopopoeia*, de Matt Collishaw (edição limitada para Edition Hotels), o que permitiu abrir uma nova seção na plataforma, que incorpora o mercado secundário. Em *Trade*, os proprietários das edições cujas cópias estão esgotadas podem optar por vendê-las a outros usuários de s[edition], que oferecem um lance por elas na forma de leilão aberto. O dinheiro arrecadado com a venda de uma obra pode ser usado para a compra de outra peça na plataforma, ou receber uma transferência para uma conta bancária. Às opções de compra e venda das edições cabe acrescentar também um canal de streaming, em que o assinante acessa uma obra diferente a cada semana pagando US\$10 ao mês. Neste caso as obras não são adquiridas, somente se paga para vê-las durante um tempo limitado.

3.3 Artsy

Em maio de 2010, o jovem engenheiro de computação, Carter Cleveland, junto a Caroline Lao, entrava em cena com o *Disrupt*, um ciclo de palestras e apresentações organizado pelo popular blog de tecnologia TechCrunch, para apresentar seu *startup*, uma plataforma de pesquisa de obras de arte denominada Art.sy. Cleveland concebeu seu projeto como uma ramificação das redes sociais no mundo da arte, destinado a facilitar o acesso às obras de arte contemporânea para um usuário não especializado. Nesta apresentação, Cleveland destaca a possibilidade de se criar uma coleção de obras favoritas e compartilhá-la no Facebook, o que, como assinala, “é divertido, porque você pode ser o seu próprio curador e compartilhar sua arte com seus amigos, e ajudar o seu círculo de amizades a descobrir a arte como nunca conheceriam de outro modo” (SIEGLER, 2010). O jovem empresário diz receber financiamento de “pessoas que estavam frustradas” por causa das dificuldades impostas pelo mercado de arte para se ter acesso

O mercado de arte contemporânea: novos canais, velhas estruturas
Pau Waelder

às obras, mas, no prazo de um ano, conta com novos suportes que apontam numa direção diferente para o seu projeto. Um grupo de investidores investiu 1,25 milhão de dólares em Artsy, recebendo assessoria de Larry Gagosian, proprietário de galeria. Posteriormente, foram investidos mais 6 milhões de dólares, e estabeleceram-se acordos com 180 galerias em quarenta países (CHAYKA, 2011). A plataforma começa a se desenvolver, tal como um recurso especializado em pesquisa de obras de arte dos fundos de algumas galerias e coleções. Do ponto inicial, vinculado às redes sociais que imaginava, Cleveland passa rapidamente para um serviço profissional direcionado a um público mais seletivo, como demonstra a própria transformação do logotipo e a expansão dos recursos e serviços. A Artsy transforma-se numa plataforma on-line de intermediação entre colecionadores e galerias, que facilita a estas últimas um espaço de referência, onde o usuário pesquisa, mais em função das características da obra do que do nome do artista ou da galeria. Para facilitar a escolha das obras, a Artsy desenvolveu um sistema de classificação chamado "Art Genome Project", que atribui rótulos (chamados de "genes") a cada obra para classificá-las de acordo com características comuns²⁰. Atualmente, mais de quinhentos "genes" (que correspondem a movimentos artísticos, períodos históricos, temas ou aspectos formais como cor, tamanho ou elementos visuais, etc.) servem para classificar as obras, de tal forma que o usuário dispõe de uma grande variedade de critérios de seleção. Ao escolher uma obra, a plataforma exibe uma série de obras "parecidas", pertencentes ao mesmo movimento artístico, estilo, cor ou tema, semelhante às recomendações automáticas que aparecem nos sites de compra on-line.

Ao acessar a ficha de uma obra, o usuário pode consultar as características (técnica, tamanho) e o preço de venda. Também é possível ver a peça em detalhe, graças a uma função de zoom, e visualizá-la na perspectiva de uma sala de exposições, através da função "view in room". Em vez do típico botão de compra, há um link para entrar em contato com a galeria, de modo a finalizar os detalhes para aquisição da obra, e outro para conversar com um "especialista da Artsy", que pode prestar assessoria. Desse modo, a Artsy funciona como um intermediário entre o colecionador e a galeria, recebendo uma porcentagem da venda efetuada.

20

"The Art Genome Project",
Artsy. <<http://Artsy.net/theartgenomeproject>>

O mercado de arte contemporânea: novos canais, velhas estruturas
Pau Waelder

Com um banco de dados de mais de 10.000 obras à venda, cujos preços variam entre 1.000 e 1.000.000 de dólares²¹, e a assessoria de especialistas das principais casas de leilões e galerias de arte contemporânea, a Artsy pretende ser uma plataforma de referência para colecionadores de arte, em concorrência direta com a VIP Art/Artspace e outras iniciativas que lutam pela liderança do mercado de arte na rede. Nos últimos anos, tanto Artsy como Artspace tem dedicado especial atenção à geração de conteúdos editoriais (notícias, artigos, vídeos) sobre a atualidade do mundo da arte. Deste modo, as plataformas buscam exercer influência na criação de valor ao redor do trabalho de artistas, galerias e centros de arte.

3.4 Paddle8

Ao mesmo tempo em que a VIP Art Fair analisava os resultados de sua primeira edição, a s[edition] preparava sua plataforma e a Artsy recebia o apoio de seus primeiros investidores, o leiloeiro-chefe da Phillips Alexander Gilkes e o empresário Aditya Julka fundaram a Paddle8.com. Lançada em 18 de maio de 2011, a plataforma de leilão de arte pela Internet (inicialmente restrita à hospedagem de exposições virtuais) conta com uma série de investidores, incluindo o artista Damien Hirst e o marchand Jay Jopling, e continua vinculada à prestigiada casa de leilões Phillips²², atualmente a terceira mais importante, depois da Christie's e da Sotheby's (THOMPSON, 2010, Loc. 1710). Sua atividade concentra-se em dois tipos de leilões: os "leilões temáticos", de periodicidade mensal, com curadoria de uma pessoa, publicação ou instituição, e os "leilões beneficentes", direcionados a instituições sem fins lucrativos. De acordo com seus criadores, o modelo de leilão on-line oferecido pela Paddle8 apresenta uma série de vantagens, tais como: redução de custos, tanto para os compradores quanto para os vendedores (por não ocupar um espaço físico, são economizados gastos com transporte, seguros, armazenamento, viagens e até mesmo impostos), a expedição das obras diretamente do vendedor ao comprador, a facilidade de compra, a "ampla rede de colecionadores" registrada no banco de dados da plataforma e as comissões "significativamente reduzidas se comparadas

21

"About", Artsy. <<http://Artsy.net/about>

22

"About us", Phillips. <<http://www.phillips.com/about-us>

O mercado de arte contemporânea: novos canais, velhas estruturas
Pau Waelder

com as praticadas pelo mercado” (6% para os vendedores e 12% para os compradores)²³. Além disso, a Paddle8 promete não revelar o resultado dos leilões, de modo que as obras podem ser oferecidas de forma anônima e não perdem valor, caso não sejam vendidas no leilão. Assim como outras iniciativas do mercado de arte na Internet, esta plataforma baseia-se nas possibilidades de uma mídia que permite a compra e a venda de obras de arte em nível global, evitando as limitações e os custos de um espaço físico. Mas também incide num maior acesso do público ao restrito mercado da arte: se Carter Cleveland, fundador da Artsy, referia-se à “frustração” que provoca a dificuldade de acesso às obras de arte, Alexander Gilkes admite que o mundo dos leilões pode ser “reservado e esotérico”²⁴. De fato, a Paddle8 foi inicialmente mais seletiva no que se refere ao acesso a preços e na possibilidade de propostas de lance em leilão, mas atualmente ampliou essas opções para qualquer usuário registrado. Em 2013 a Paddle8 lançou seu primeiro leilão de arte digital sob o título de *Paddles ON!*²⁵. Entre 1º e 10 de outubro, uma seleção de obras de jovens artistas que trabalham com novas mídias, com curadoria de Howard Lindsay, foi apresentada na seção de leilões beneficentes, com o apoio da plataforma de microblogging Tumblr e a comunidade de arte digital Rhizome. Em torno de 80% do lucro do leilão são destinados aos artistas, e o restante para a Rhizome. O lance on-line foi consumado com um leilão presencial ocorrido em 10 de outubro na sede da Phillips, em Nova York, espaço que abriga uma exposição das obras à venda. O conjunto de vinte peças que participam do leilão, cujos preços iniciais variam entre 500 e 6.000 dólares, apresenta uma grande variedade de formatos, desde impressões digitais, vídeos, esculturas e instalações interativas, a obras de arte de software e net art. Algumas obras introduzem formas relativamente novas de aquisição e contrato, como, por exemplo, a *ifnoyes.com*, de Rafaël Rozendaal²⁶, que se ajusta às condições do Contrato de Venda de Sites de Arte elaborado por ele, ou o vídeo *RGB, D-Lay* (2011), de Petra Cortright²⁷, cujo preço é determinado em função do número de visitas à sua página do YouTube. Embora em alguns meios de comunicação se destacassem estes aspectos aparentemente inovadores, nem as obras leiloadas e nem o processo introduzem alterações substanciais no que diz respeito às práticas realizadas no mercado de arte durante anos. O fato

23

“About”, *Paddle8*. <<http://paddle8.com/about>>

24

“Eighth Wonder: Paddle8 Takes Art Online”, *Interview*. <http://www.interviewmagazine.com/art/paddle8#_>

25

“Paddles ON! An auction celebrating digital art”, *Paddle8*. <<http://paddle8.com/auctions/paddleson>>

26

Rafaël Rozendaal, “ifnoyes.com”, *Paddle8*. <<https://paddle8.com/work/rafa%C3%AB1-rozendaal/20876-ifnoyescom>>

27

Petra Cortright, “RGB, D-Lay”, *Paddle8*. <<https://paddle8.com/work/petra-cortright/20869-rgbd-lay>>

de ser um leilão pode parecer significativo, por conta da associação que geralmente se estabelece entre as casas de leilão, os artistas consagrados e a venda de obras-primas por somas astronômicas, mas, neste caso, trata-se, sobretudo, de artistas emergentes e de obras a preços modestos, pelas quais foram oferecidos apenas três lances nos primeiros dias do leilão (3 de outubro), embora, finalmente, no leilão presencial tenham arrecadado um total de 90.000 dólares. Esta cifra, junto ao preço de algumas obras, foi difundida por canais informais como o blog *Animal New York* (GALPERINA, 2013), já que o Paddle8 não torna público o resultado dos leilões. Após esta venda, a Paddle8 hospedou mais dois leilões voltados à arte digital, mas isso não afetou decisivamente a inserção desse tipo de arte no mercado. Alguns artistas, como Petra Cortright ou Rafaël Rozendaal, captaram a atenção das galerias, em parte devido à qualidade pictórica de seu trabalho. Nos últimos anos, a Paddle8 viu sua continuidade comprometida, já que Christie's e Sotheby's apostaram mais claramente nos leilões online.

3.5 Amazon Fine Art

Neste mercado em expansão, a multinacional Amazon (sem dúvida, uma das principais responsáveis pela proliferação do comércio eletrônico) é uma das últimas a explorar as possibilidades de vendas on-line de obras de arte, embora já tenha tentado uma breve experiência com a Sotheby's²⁸, em 1999. Em 6 de agosto de 2013, a Amazon abriu sua seção "Fine Art", em que põe à venda mais de 40.000 obras de 150 galerias, com preços entre 44 e 4,85 milhões de dólares, embora a maioria esteja entre 500 e 5.000 dólares²⁹. Tal como outras plataformas de vendas on-line, a Amazon oferece ao colecionador a ficha completa de cada obra, junto ao preço e sua visualização na perspectiva de um ambiente doméstico (limitado a uma poltrona e uma mesa de café). As obras são classificadas de acordo com a técnica, tema e estilo, além de tamanho, cor e preço. Embora, em termos gerais, a Amazon ofereça as mesmas funções que seus concorrentes, oferece o diferencial de apresentar as obras de arte como um produto a mais no seu amplo estoque, usando exatamente a mesma interface. A

28

"Amazon, Sotheby's in Venture",
CNN Money, 16 junho 1999. <[http://
cnfnf.cnn.com/1999/06/16/worldbiz/
amazon_sothebys](http://cnfnf.cnn.com/1999/06/16/worldbiz/amazon_sothebys)

29

"Amazon Fine Art", Amazon.
<<http://www.amazon.com>

“Fine Art” é, na verdade, uma mera seção da categoria “Casa, Jardim & Ferramentas”, que inclui tudo o que for necessário para mobiliar e decorar uma casa, além de acessórios para animais de estimação. As obras de arte, portanto, recebem o mesmo tratamento que um objeto de decoração ou qualquer outro produto da Amazon, e, de fato, são exibidas em uma página com ofertas de outras seções. Ao integrar criações artísticas na mesma estrutura de venda de produtos de consumo de massa, a Amazon, involuntariamente, gera um forte contraste entre a ideia de obra de arte como um bem cultural e a condição de um objeto à venda no mercado da arte. Antes da Amazon, nenhuma plataforma de venda de arte on-line havia oferecido as obras de uma maneira tão claramente vinculada à experiência corriqueira de comprar um livro ou um eletrodoméstico na Internet: junto a uma obra, que pode valer centenas de milhares, ou mais de um milhão de dólares, são disponibilizados os custos de transporte, a classificação (de 1 a 5 estrelas), anúncios de outros produtos e opiniões de outros clientes. Logo após o lançamento da seção de arte, numerosos artigos na imprensa especializada reproduziram as reações dos usuários da Amazon, que postaram comentários bem-humorados sobre as obras ao tratá-las como qualquer outro produto à venda: “a pintura está usada e tem rachaduras”, critica um usuário na ficha de um quadro de Monet (WILLET, 2013). Para além da aparente perda da “aura”, a maneira com que a Amazon trata as obras de arte como meros produtos de consumo gera sérias dúvidas em colecionadores, como Danielle Rahm, especialista em avaliação de arte. Em um artigo publicado na revista *Forbes*, Rahm assinala que a Amazon não considera o estado das obras vendidas, nem dispõe dos meios para confirmar a exatidão das descrições disponibilizadas pelos fornecedores (RAHM, 2013). Isso pode induzir à aquisição de obras em série, acreditando se tratar de peça única, ou a adquirir uma obra cujo estado realmente provoque uma queixa como a publicada na ficha de Monet. Neste sentido, a oferta da Amazon, que pode trazer consigo muitos compradores pouco familiarizados com os produtos adquiridos, pressupõe um desafio para um mercado de arte tradicionalmente exclusivo e controlado. Posteriormente, a Amazon retirou suas obras de maior valor e redesenhou o sitio, oferecendo principalmente obras de artistas pouco conhecidos.

3.6 Outras iniciativas

As plataformas descritas acima são moldadas no contexto de uma crescente atenção voltada para a mídia digital por diferentes setores do mundo da arte contemporânea. A possibilidade de se desenvolverem novos nichos de mercado na Internet, a exemplo destas novas empresas, inspira (e certamente continuará a inspirar) o desenvolvimento de outros modelos de negócios e formatos de exposição e de difusão de obras de arte. Três iniciativas que exploraram outros formatos não obtiveram sucesso: uma delas é StillReel³⁰, um site que oferece o *streaming* de obras de arte digital, que podem ser vistas em qualquer tela, mediante o pagamento de uma taxa mensal. Produzida por uma empresa em Melbourne, esta plataforma foi lançada em outubro de 2013, mas após um período de pouco mais de um ano, foi fechada por não lograr um modelo de funcionamento estável e rentável.

Igualmente vinculada à integração do mundo de arte on-line, a Biennale Online³¹ apresentou-se à imprensa como “a primeira bienal de arte contemporânea exclusivamente na rede”, no início de 2013, sendo basicamente um evento temporário (de 26 de abril a 14 de outubro de 2013), hospedado num site de acesso restrito. Com as aspirações próprias de uma bienal, como o encontro internacional de alto nível no mundo da arte, a Biennale Online oferece uma seleção de obras de 180 artistas, promovida por trinta curadores, incluindo profissionais reconhecidos e diretores de bienais, como Hans Ulrich Obrist, Yuko Hasegawa, Fulya Erdemci, Cuauhtemoc Medina e Gerardo Mosquera. Criada pela empresa ART+³² e dirigida por Jan Hoet (diretor da *documenta IX*), esta bienal na rede é apresentada em sua primeira edição sob o título “Reflection and Imagination”, com o que define seu propósito de uma maneira um tanto vaga. A interface do site não fornece diferenças importantes com relação a outros sites, como a VIP Art ou a Artsy, consistindo, em última análise, num repertório de obras dispostas por artistas participantes ou curadores que individualmente propuseram uma seleção de obras. Um aspecto notável deste evento foi a cobrança para acessar o site, que, inicialmente, fixou em 80 dólares por um ingresso prévio para a inauguração e 10 dólares para a

30

StillReel. Turn your TV into a work of art. <<http://www.stillreel.com>

31

Biennale Online. <<http://www.artplus.com/-/ArtplusExhibitions/BiennaleOnline2013>

32

“About us”, ART+ <<http://www.artplus.com/-/AboutUs>

O mercado de arte contemporânea: novos canais, velhas estruturas
Pau Waelder

admissão geral (MILLARD, 2013). Posteriormente, as taxas foram reduzidas e, em outubro, o acesso deixa de ser restrito. Em termos gerais, a Biennale Online é um complemento para os modelos existentes de exposição de arte na Internet, aos quais não acrescenta contribuições relevantes. Nem mesmo se destaca pela introdução da arte digital em sua plataforma: inicialmente, uma seleção de arte digital foi confiada ao jovem curador Ben Vickers, mas seu perfil foi removido da página, embora sua seleção ainda possa ser acessada através de seu formulário de usuário³³. Finalmente, o desencontro entre a bienal e a arte digital tem sido exemplificado na obra de Oliver Laric, *An Incomplete Timeline of Online Exhibitions and Biennials*³⁴, que questiona a pretensão da Biennale Online de ser pioneira na rede ao mostrar exemplos de outras iniciativas similares nos últimos 22 anos. A obra de Laric não pôde ser hospedada na plataforma ART+, visto que esta apenas permite que se adicionem imagens e vídeos, não uma página html. A Bienal Online não teve continuidade, tendo sido substituída por um novo projeto da mesma empresa: Artplus, uma plataforma de alojamento e distribuição de obras de arte em formato digital.

Ao contrário de iniciativas que visam a integrar o mercado de arte contemporânea em mídia digital, mas ignoram, em sua maioria, a arte digital, outras criam espaços específicos para esta arte dentro do circuito do mercado internacional. Um exemplo disso é a feira de arte digital Unpainted³⁵, que apresentou sua primeira edição entre 17 e 20 de janeiro de 2014, em Munique. Com uma participação de 25 galerias internacionais, a feira foi modesta em tamanho, mas muito especializada, com o firme propósito de padronizar a presença no mercado de uma arte que, na opinião da diretora da feira, Anette Doms, "é a arte de hoje, a arte que as pessoas vão lembrar no futuro" (FORBES, 2013). Unpainted mostrou um caminho que persegue os promotores da arte digital, voltada para os modelos tradicionais do mercado de arte, que prevê o sentido inverso para dar continuidade às iniciativas descritas acima, em busca de uma expansão dos espaços no mercado da rede. Contudo, Unpainted tampouco conseguiu estabelecer-se como uma data regular: depois de uma segunda edição de dimensões menores em 2016, tentou uma terceira edição em Bruxelas que não se materializou. Em 2017, Anette Doms anunciou sua renúncia em dirigir a feira, cujo futuro é incerto.

33

"Ben Vickers", ART+ <<http://www.artplus.com/-/vp/2a6b9772316d257c44c57bed52ce09c3deff3e9d>

34

Laric, Oliver, "An Incomplete Timeline of Online Exhibitions and Biennials", *Rhizome Artbase*. <http://archive.rhizome.org/artbase/56398/timeline.html>

35

Unpainted. <<http://www.unpainted.net>

4. Conclusões

4.1 Novos canais para a mesma arte

O mercado de arte baseia-se tradicionalmente na exposição ao público, num espaço específico, de um conjunto de obras de arte que se caracterizam por serem objetos exclusivos, ou de uma série limitada de reproduções de um mesmo objeto ou imagem. A escassez controlada do produto, cujo valor depende de um conjunto de fatores (que vão desde o tamanho da peça e o material utilizado ao prestígio do artista e a galeria que ele representa), determina um mercado exclusivo e pouco preciso. Isso contrasta com a percepção de que a obra de arte constitui um patrimônio cultural, que deveria ser apreciada pelo público em geral, e o papel dos museus públicos como instituições que conservam e trazem a arte para toda a população. As galerias são locais de comercialização de obras de arte e, como tal, o seu objetivo consiste em fazer com que os colecionadores adquiram as peças expostas em suas salas. Portanto, priorizam o contato com aqueles que são potenciais clientes e não meros curiosos, o que ratifica a imagem das galerias de arte como um lugar elitista, inacessível para aqueles que não participam ativamente do mundo da arte.

A adoção das mídias digitais em todos os setores da sociedade trouxe consigo o acesso cada vez maior de recursos que antes se mantinham reservados a especialistas e, por fim, a todo tipo de informação, além de promover um papel mais ativo do espectador-consumidor. O mercado de arte permaneceu notavelmente alheio a essa "democratização" ao conservar suas hierarquias, e ao controlar o acesso a informações confidenciais, que se mantêm em mãos dos *insiders*, dos especialistas e de pessoas com os contatos certos (STALLABRASS, 2004, p. 91). As iniciativas descritas na seção anterior abrem novos caminhos para o que se descreveu como uma expansão do mercado de mídia digital, embora não ameacem, nem modifiquem realmente as estruturas estabelecidas. Apoiadas por grandes galerias, colecionadores e investidores, as plataformas na Internet estão à

procura de novos públicos, ou novas maneiras de atingir esse público, a fim de vender as mesmas obras que ocupam as galerias de arte e os estandes das feiras. Tanto VIP arte/Artspace, como Artsy, Paddle 8 ou Amazon Fine Art são, em última análise, sites que disponibilizam aos usuários uma base de dados com fichas de obras de arte que finalmente são adquiridas através das galerias, ou por seu intermédio. Sua atividade baseia-se, portanto, na mediação entre o usuário (potencial colecionador) e as galerias, as quais oferecem um canal de difusão de alcance global. Como extensões do espaço de uma galeria, esses sites têm em comum a estética do cubo branco: com exceção da Amazon, todas as plataformas dispõem de uma imagem semelhante, sóbria e estilizada, que dirige a atenção do usuário para uma grande variedade de imagens de obras, acompanhadas de uma breve informação sobre o autor, título e preço. Outro fator comum é a visualização prévia da obra em um ambiente "real", que pode ser a parede de uma galeria (VIP Art), uma sala de um museu com um banco (Artsy) ou um interior doméstico com uma poltrona e uma mesa (Amazon). A visualização é necessária porque permite ao potencial comprador ter uma ideia mais precisa do objeto que deseja comprar, um objeto que pertence ao mundo real e não à tela do computador. Apenas a s[edition] estabelece um modelo específico ao comercializar obras destinadas à tela, num formato próprio e controlado. A obra, na verdade, não é entregue ao comprador: ele obtém uma cópia da mesma, que pode ser vista na tela do seu computador, televisor ou dispositivo móvel. Neste caso, coincidem o meio através do qual se distribui a obra e o suporte para o qual a obra foi criada, de modo a abrir uma via relativamente nova (já explorada pelos artistas e galerias, como a bitforms) para a distribuição e consumo de obras de arte. Falar em consumo, particularmente com relação às obras vendidas pela s[edition], é adequado, na medida em que estas peças (em edições de centenas de milhares de cópias a preços reduzidos) se assemelham a outros produtos que podem ser adquiridos em plataformas digitais, tais como livros, música, filmes e software. Assim, facilita-se o acesso ao mercado da arte para um tipo de consumidor que já adquire outros produtos em formato digital e está disposto a pagar menos por uma obra menos "exclusiva" e limitada (relativamente) a uma tela. No entanto, a s[edition] mantém a prática convencional de mercado (controle da edição, aumento dos preços

na mesma proporção em que as cópias são vendidas, certificado de autenticidade) e conta em sua oferta com inúmeras peças que são apenas fotografias, vídeos ou animações de obras originalmente concebidas como instalações, esculturas ou pinturas.

O mercado de arte na Internet baseia-se, principalmente, na venda das mesmas obras de arte expostas em galerias e feiras, sendo ainda minoritária a presença da arte digital, embora, também é verdade, que deixa, cada vez mais, de ser ignorada. Atualmente, a arte digital pode ser vista em galerias totalmente dedicadas à promoção da obra de artistas que utilizam as tecnologias digitais e refletem sobre elas, bem como em galerias de arte contemporânea que incorporam a seu programa a obra de alguns destes artistas. Paradoxalmente, a maioria desses espaços não desenvolveu um modelo de vendas na Internet (com exceção de alguma loja virtual que vende publicações e edições a preços modestos), mas concentraram suas atividades em espaços físicos, como o da própria galeria ou feiras de arte. A estas galerias somam-se as diversas iniciativas que, com maior ou menor sucesso, buscaram modelos de venda de arte digital na Internet. Por que o mercado de arte resistiu em expandir suas atividades na Internet, e por que agora insiste nas mesmas estruturas e objetos existentes no espaço físico? Possivelmente, como aponta o crítico de arte Jason Farago, deve-se ao fato de a imagem de uma obra na Internet, sem o contexto que o mundo da arte estabelece ao seu redor, ser um mero conteúdo (FARAGO, 2012). Usando a conhecida distinção entre a “catedral” e o “bazar”, proposta pelo hacker Eric S. Raymond, podemos dizer que o mundo da arte em seus espaços físicos comporta-se como uma “catedral”, por meio de uma estrutura hierárquica, hermética e de acesso restrito. A Internet, por sua vez, é um “bazar” no qual todos os conteúdos compartilham o mesmo ambiente (a janela do navegador), o acesso é aberto, e a flutuante popularidade dos sites é que determina sua preponderância (RAYMOND, 1997). Nesta perspectiva, é lógico supor que o rumoroso ambiente da rede seja reticente a proprietários de galerias e a investidores, os quais podem temer a perda de parte de seu status, imagem ou seriedade ao participarem dessa iniciativa aberta de venda. As plataformas descritas anteriormente contam com o apoio de galerias de prestígio e investidores, numa tentativa

de ocupar um nicho de mercado sem perder o status adquirido no mundo da arte. Isto implica promover a mesma arte que vendem em suas salas, as obras dos artistas aos quais representam, o programa pelo qual estas galerias são reconhecidas. Não é de se estranhar, portanto, que a arte digital não seja diretamente beneficiada por esta invasão do mercado da arte contemporânea na Internet: as galerias abrem-se para um novo canal de distribuição, mas isso não significa que estejam interessadas em outro tipo de obras de arte.

4.2 Objetos ou arquivos, aquisição ou acesso

Enquanto as galerias concentram suas atenções nas mesmas obras de arte que vendem em seus espaços físicos, constata-se que o mercado de arte na Internet se concentra, principalmente, na venda de objetos. Neste sentido, não há nenhuma diferença substancial entre a venda de uma obra de arte na Internet e a venda de qualquer produto em uma plataforma de comércio eletrônico. O produtor ou o distribuidor (a galeria de arte) disponibiliza em um site informações sobre seu produto (a obra de arte) por meio de fotos, vídeos e textos. O site fornece essas informações a qualquer usuário, e também um canal para ele adquirir o produto. Uma vez que é efetuada a transação comercial, o produtor ou o distribuidor entrega o produto ao comprador. A Internet é, portanto, um mero canal de distribuição, e não um meio ou um ambiente específico que determina uma condição particular de obra de arte. Também no caso das galerias de arte que promovem a arte digital, as obras são normalmente vendidas como peças exclusivas ou em edição limitada, seja como uma impressão digital emoldurada de uma imagem gerada numa tela, uma peça "esculpida" numa impressora 3D ou uma obra de software apresentada num dispositivo específico. O objeto continua a ser o formato predominante da obra de arte, em particular no contexto do mercado, uma vez que fornece o modelo convencional de intercâmbio e permite controlar sua exclusividade. A gestão do objeto físico, por parte da galeria, também determina a necessidade de que esta estabeleça um contato direto com o comprador, o que significa

que a maioria das iniciativas discutidas na seção anterior funcione como mediadoras das galerias, enquanto outras plataformas que distribuem arquivos, tais como s[edition], podem vender as obras diretamente para os usuários-colecionadores.

O caso de s[edition] é único, na medida em que produz um formato que aproveita a facilidade de distribuição de um arquivo digital, ao mesmo tempo em que mantém o controle sobre o número de cópias distribuídas aos usuários. Conforme descrito anteriormente, o colecionador adquire a obra, mas esta permanece associada com o servidor da s[edition] e só pode exercer seu direito de vender nas condições estabelecidas pela empresa e dentro da mesma plataforma. O formato utilizado pela s[edition], a “edição digital”, obedece, assim, as regras estabelecidas no mercado de arte, ao mesmo tempo em que abre uma via alternativa para a coleção (ou consumo) de obras de arte na tela. No entanto, esta não é a única plataforma que vende arquivos: pode-se argumentar que, hoje em dia, qualquer obra de vídeo-arte é distribuída na forma de arquivo digital, geralmente em um suporte físico (DVD), e acompanhada de um certificado de autenticidade. Tal certificado é, neste caso, a única garantia para o colecionador, visto que o vídeo pode facilmente ser duplicado (sempre dentro dos limites de uma distribuição baseada em um objeto, o DVD, e o compromisso assumido entre a galeria e o artista para que se mantenha o controle sobre as cópias da obra). Também numerosas obras de arte digital são adquiridas na forma de arquivo: o maior exemplo desta forma de colecionar arte são as obras de net art que, como vimos acima, são hospedadas num servidor ao qual o comprador tenha acesso, ou que o possua (como no caso das obras de net art adquiridas por museus ou os sites do artista Rafaël Rozendaal). Em outros casos, o arquivo (seja um vídeo ou uma obra de software art) pode ser baixado a partir de um site ou transferido para um disco rígido portátil ou drive USB, que o colecionador adquire com o certificado de autenticidade. Neste caso, vale ressaltar que o suporte físico da obra de arte desloca-se para a mídia de armazenamento, que pode adquirir um papel incomum: por exemplo, o artista Jon Hamilton apresentou presentó no leilão *Paddles On* com sua obra *Hyper Geography*, um vídeo-clip associado a um blog no Tumblr, sob a forma de fotografia emoldurada, acompanhada de uma

memória USB, também inserida na moldura. O próprio artista assinalou que, dado que a obra original se encontra na Internet e pode ser manipulada, “era importante para mim produzir um objeto físico para criar algo tangível para o comprador” (VANHEMERT, 2013). As palavras de Hamilton tornam evidente a necessidade de basear a transação comercial em um objeto físico, e usar a moldura como um elemento que define tal objeto como uma obra de arte.

Seja um objeto ou um arquivo, geralmente, a obra de arte é adquirida pelo colecionador em um processo regulamentado que garante a posse de tal obra. Em se tratando de um objeto exclusivo, é deslocado para o domicílio (ou loja) do colecionador que o possui, seja porque conta com uma série de documentos que credenciam a sua aquisição, ou pelo fato de controlar a localização e o acesso à obra de arte. Este último aspecto da posse de uma obra é tão evidente no caso de uma pintura, escultura ou gravura que normalmente é ignorado (o quadro pertence ao colecionador porque ele está em sua casa); porém, no caso de um arquivo digital, hospedado num servidor da web, requer maior atenção. Conforme descrito acima, desde meados da década de 1990 foram vendidos trabalhos de net art transferindo-se os arquivos, do servidor do artista para o servidor do colecionador. Da mesma forma com que uma foto passa do estúdio do artista ou do depósito da galeria para a casa do colecionador, a obra como arquivo é transferida de um servidor para outro. No entanto, o que se transfere, neste último caso, sempre é uma cópia: os dados são copiados de um disco rígido para outro, para que sempre possa existir uma cópia da mesma obra no computador do artista, e também é possível obter infinitas cópias dos arquivos hospedados em qualquer disco rígido ou servidor. Assim, a aquisição de uma obra, no caso de um arquivo digital, implica um compromisso da parte do artista e da galeria, que devem garantir ao comprador a não distribuição de cópias da obra que agora passa a ser o proprietário e certificar que o arquivo pelo qual ele pagou é “autêntico”. A natureza dos arquivos digitais anula a diferença entre original e a cópia (GROYS, 2008, Loc. 1062), e possibilita diferentes modelos para venda, em que o conceito de posse da obra de arte se apaga. As obras adquiridas em s[edition], por exemplo, nunca pertencem ao colecionador, na medida

em que este não tem pleno controle sobre a localização e o acesso à cópia digital, cuja existência depende da continuidade da própria plataforma. Até mesmo o certificado de autenticidade é um simples arquivo JPEG, portanto, também uma cópia. Por ser sujeito ao funcionamento e às decisões dos responsáveis pela plataforma, a posse de uma obra adquirida em s[edition] é, portanto, uma ficção.

O modelo de s[edition] mais parece uma concessão para acessar a obra, uma possibilidade que se abre para a cada vez mais difundida prática de consumo de conteúdos por meio de dispositivos digitais e hospedagem de arquivos na *nuvem*. Já no ano 2000, o sociólogo e economista Jeremy Rifkin anunciava que, graças à Internet, o comércio global passou de uma troca de bens físicos a um intercâmbio de informações: “na situação anterior, o objetivo é a transferência de propriedades, enquanto que, na nova situação, o objetivo é facilitar o acesso” (RIFKIN, 2000, p. 17). Hoje em dia, uma grande variedade de serviços de *streaming* de conteúdos digitais e de acesso por assinatura ratificam a afirmação de Rifkin. Do mesmo modo que pagar pelo acesso à música, a filmes, livros, revistas e outros conteúdos em formato digital torna-se algo rotineiro, é plausível “consumir” arte em uma tela, pagando pelo acesso à obra ao invés de possuí-la. Convém ter em conta que, ao se adquirir uma assinatura para um conteúdo digital, apenas tem-se o direito de acesso: ao contrário do que acontece quando se compra um objeto, o comprador não tem a liberdade de alterar, revender ou presentear o produto adquirido, uma vez que permanece vinculado à plataforma que o disponibiliza. Em compensação, o comprador se exime da responsabilidade de armazenar e manter o produto, ao mesmo tempo em que o adquire (na maioria dos casos) por um preço substancialmente reduzido. Por outro lado, iniciativas experimentais, tais como a obra *My Country is a Living Room* (2011), de Carlo Zanni, aplicam este modelo a uma única obra, que o colecionador não pode adquirir, mas simplesmente paga para vê-la. Embora tenha se popularizado o pagamento para acessar outros conteúdos (em especial, música, filmes e revistas, cujo consumo é geralmente efêmero), é difícil prever que o mesmo, efetivamente, ocorra no caso das obras de arte. Por um lado, o consumo por *streaming* de obras em uma tela pode levar a enxergar a obra de arte como um mero conteúdo

audiovisual, algo que serve para decorar um salão ou animar o ambiente de um café, boutique ou a recepção de um escritório. Tal como Umberto Eco criticou a “extrema disponibilidade do produto sonoro”, que pode “reduzir a música a um objeto que já não é de «audição» consciente, mas de fundo sonoro «percebido» como um complemento corriqueiro de outras operações domésticas” (ECO, 1965, p. 290), a obra de arte deixa de ser contemplada para transformar-se num complemento do ambiente. Por outro lado, o pagar para ver a obra de arte pode levar a um distanciamento da parte do colecionador, que já não possui a obra nem assume o compromisso de conservá-la e exibi-la, mas apenas se torna um usuário a mais.

As novas formas para distribuir, contemplar, vender e adquirir uma obra de arte abrem vias alternativas às práticas convencionais no mercado de arte, mas, por ora, não parecem desafiar ou alterar, de nenhuma forma, a estrutura existente, que, em muitos casos, se vê reforçada. Os colecionadores continuam adquirindo objetos físicos, aos quais têm acesso através de galerias e leilões. A arte não deixou de ser considerada, por muitos, um investimento que se apoia na legitimação da obra de arte pelas galerias, e exige um produto que possa ser conservado e revendido no futuro, por um montante superior ao preço de compra. A fim de manter estas condições, o mercado de arte na Internet reproduz as estruturas e os processos que se reproduzem nos espaços físicos. Portanto, não é diferente; apenas se desloca o mesmo modelo de negócios para uma série de plataformas na rede. No entanto, algumas iniciativas independentes (soluções propostas pelos artistas para suas obras e plataformas), como a s[edition], dão indícios de novas opções que, embora possivelmente não modifiquem o mercado de arte, estão voltadas para um novo tipo de colecionador disposto a adquirir obras de arte em condições diferentes. Este colecionador, que também poderia ser descrito como um usuário ou consumidor de arte, paga valores mais próximos aos de outros produtos culturais por uma obra produzida em série que, em muitos casos, só pode ser vista em uma tela. Provavelmente, ele se interesse menos pela conservação ou pela futura revenda de obras, na medida em que estas são consumidas tal como a música, os filmes e as publicações adquiridas em plataformas digitais. É possível que o mercado de arte desenvolva um setor específico para este tipo de consumidor, que

pode situar-se entre o mercado primário e o secundário. Seja como for, o mercado de arte já não pode esquivar-se da influência da mídia digital e das novas dinâmicas por ela geradas, tanto na criação artística quanto na sua difusão, recepção, comercialização e conservação.

5. Referências

ANDERSON, Chris (2009). *The Long Tail. How Endless Choice is Creating Unlimited Demand*. Londres: Random House.

BOOKCHIN, Natalie y SHULGIN, Alexei (1999). "Introduction to net.art (1994-1999)", *easylife.org*. <<http://www.easylife.org/netart/>>

CHAYKA, Kyle (2011). "Art Sales Tech Start-Up Art.sy Raises a New \$6 Million in Funding", *Artinfo*, 3 novembro 2011. <<http://blogs.artinfo.com/artintheair/2011/11/03/art-sales-tech-start-up-art-sy-raises-a-new-6-million-in-funding/>>

COOK, Sarah, GRAHAM, Beryl y MARTIN, Sarah (2002). *Curating New Media*. Gateshead: BALTIC, CRUMB, University of Sunderland.

ECO, Umberto (1965). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Editorial Lumen y Tusquets Editores, 1995.

EDGECLIFFE JOHNSON, Andrew (2007). "Saatchi Online stars as art brand", *Financial Times*, 11 outubro 2007. <<http://www.ft.com/cms/s/0/2bbdab1c-7795-11dc-9de8-0000779fd2ac.html#axzz2jgr1mCXY>>

FARAGO, Jason (2012). "Art.sy and the Myth of the Online Art Market", *New Republic*, 22 outubro 2012. <www.tnr.com/article/books-and-arts/108893/Artsy-and-the-myth-the-online-art-market#>

FORBES, Alexander (2013). "How Unpainted, Germany's First New Media Art Fair, Plans to Stand Out", *Blouin Artinfo*, 12 julho 2013. <<http://www.blouinartinfo.com/news/story/928341/how-unpainted-germanys-first-new-media-art-fair-plans-to-stand>>

GALPERINA, Marina (2013). "What Happened at the First Phillips Digital Art Auction", *Animal New York*. <<http://animalnewyork.com/2013/what-happened-at-the-first-phillips-digital-art-auction/>>

GIBSON, Owen (2006). "Saatchi site seeks Arctic Monkeys of art world", *The Guardian*, 25 maio 2006. <<http://www.theguardian.com/technology/2006/may/25/socialnetworking.web20>>

GRAHAM, Beryl y COOK, Sarah (2010). *Rethinking Curating. Art after New Media*. Cambridge-Londres: The MIT Press.

GROYS, Boris (2008). *Art Power*. Cambridge – Londres: The MIT Press. Ebook.

MILLARD, Coline (2013). "Soon-to-Launch Online Biennale Includes 180 Artists, Will Charge for Admission", *Blouin Artinfo*, 26 março. <<http://www.blouinartinfo.com/news/story/883638/soon-to-launch-online-biennale-includes-180-artists-will>>

MOULIN, Raymonde (2003). *Le marché de l'art. Mondialisation et nouvelles technologies*. Paris: Flammarion. Ebook.

RAHM, Danielle (2013). "The Real Risks Of Buying Fine Art In Amazon's New Online Art Marketplace", *Forbes*, 13 agosto. <<http://www.forbes.com/sites/daniellerahm/2013/08/13/the-real-risks-of-buying-fine-art-in-amazons-new-online-art-marketplace/>>

RAYMOND, Eric S. (1997). "La Catedral y el Bazar", *sindominio.net* <<http://biblioweb.sindominio.net/telematica/catedral.html>>

RIFKIN, Jeremy (2000). *The Age of Access*. Nueva York: Jeremy P. Tarcher/ Putnam.

RUSSETH, Andrew (2013). "Artspace Acquires VIP Art", *Gallerist*, 2 abril. <<http://galleristny.com/2013/04/artspace-acquires-vip-art/>>

SIEGLER, M.G. (2010). "Screw The Gallery, Discover The Next Great Picasso at Art.sy", *Techcrunch*, 25 maio 2010. <<http://techcrunch.com/2010/05/25/Artsy/>>

O mercado de arte contemporânea: novos canais, velhas estruturas
Pau Waelder

STALLABRASS, Julian (2004). *Art Incorporated. The Story of Contemporary Art*. Oxford: Oxford University Press.

THOMPSON, Don (2010). *The \$12 Million Stuffed Shark. The Curious Economics of Contemporary Art and Auction Houses*. Londres: Aurum Press. Ebook.

VANHEMERT, Kyle (2013). "An Art Breakthrough: \$90,000 for Youtube Video, Animated GIF, and Other Internet Experiments", *WIRED*, 28 outubro. <<http://www.wired.com/design/2013/10/would-you-pay-2000-for-a-youtube-artwork-someone-did-last-week/>>

VOGEL, Carol (2006). "I Like Ur Art: Saatchi Creates an Online Hangout for Artists", *The New York Times*, 18 dezembro. <http://www.nytimes.com/2006/12/18/arts/design/18saat.html?pagewanted=all&_r=0>

WAELDER, Pau (2010). «Media art y mercado del arte (I): entrevista a Steve Sacks», *art.es*, Vol. 38, p. 68-71. Madrid: Salamir.

(2012) «An Interview With Carlo Zanni : On Pay-per-view Net Art», *ETC. Révue de l'art actuel*, Vol. 95, p. 45-46. Montréal: ETC Inc.

(2013a) «Rafaël Rozendaal: la web como libertad definitiva», *art.es*, Vol. 55, p. 68-71. Madrid: Salamir.

(2013b) «Different but Always the Same: the Online Art Market», *ETC. Révue de l'art actuel*, Vol. 98, p. 51-55. Montréal: ETC Inc.

WILLET, Megan (2013). "Amazon Is Selling This \$1.45 Million Monet In Its New 'Fine Art' Section, And The Reviews Are Hilarious", *Business Insider*, 7 agosto. <http://www.businessinsider.com/comments-on-amazon-art-2013-8>

Recebido em 20/07/2016

Aprovado em 26/09/2016

Ensaio do artista

Arrasto¹

Marcelo Moscheta²

Drag

Instalação realizada com rochas, concreto, asfalto, arenito, areia e paralelepípedo coletados das duas margens do Rio Tietê, madeira, poliestireno, impressão sobre papel, lâmpadas led e desenho em grafite sobre PVC expandido. 270 x 700 x 120 cm . 2015.

Na dinâmica dos fluidos, arrasto é a força que faz resistência ao movimento de um objeto sólido através de um meio fluído, como um líquido. A resistência produzida a partir do atrito do Rio Tietê com suas margens me levou a realizar uma expedição por toda a extensão do Rio Tietê, desde sua nascente em Salesópolis até a foz no Rio Paraná.

De março a agosto foram coletadas rochas, argilas, areias e minerais diversos das duas margens, documentadas e classificadas, assim como uma catalogação do curso fluvial através dos elementos que são encontrados em suas duas bordas. Flertando com a arqueologia, geologia e o ciclo do Bandeirantismo Paulista, criei um armazém de memórias particulares, relatos para um pequeno museu de curiosidades que compartilham cada qual, o seu lado do leito fluído.

A instalação Arrasto que ocupou a sala central da Casa do Bandeirante em setembro de 2015, ainda soma às coletas um grande desenho da queda d'água do Rio Tietê submersa pelas águas da represa de Nova Avanhandava. Dispostas lado a lado em estantes, desenho e rochas criam um diálogo tensionado entre representação e a própria paisagem deslocada para dentro da obra.

1

O projeto Arrasto foi contemplado com a Bolsa Funarte de Estímulo à Produção em Artes Visuais 2014 e conta ainda com uma publicação com distribuição gratuita sobre a expedição do artista ao Rio Tietê com textos de Divino Sobral, Douglas de Freitas e do próprio artista, além de fotos da produção da instalação e relatos de viagem.

2

Marcelo Moscheta é artista contemporâneo, tem mestrado em artes visuais pela UNICAMP e mora em Campinas. Site: www.marcelomosheta.art.br. Email: marcelomosheta@mac.com

Relato da expedição realizada em toda a extensão do Rio Tietê entre março e agosto de 2015.

Salesópolis, 16 de março

Encontro com o Rio Verdadeiro brotando de um pequeno olho d'água no chão, em meio à Serra do Mar. Encontro com ele inúmeras vezes depois, em estradas vicinais que margeiam seu curso, em pontes que cortam seu fluxo, em beiras de matagais, em calçadas de avenidas, ao fundo de condomínios, em praias de areia grossa e balsas de passo lento. Em usinas hidrelétricas e em fotos de cahoeiras que já não existem mais. Em pinturas do século XIX e em placas de beira de estrada. Transformação - acúmulo - vazão - fluxo: Eu como um rio.

Guarulhos, 17 de março

Faço uma visita à Usina Parque, em Salesópolis, onde tenho uma grata surpresa ao subir os inúmeros degraus e constatar a beleza da Serra, tão úmida, cheia de líquens, e a altura da queda d'água, a primeira barragem do Tietê. Depois, no trecho até São Paulo, a natureza fica cada vez mais domesticada, represada e poluída. As hortas de Biritba-Mirim e Mogi das Cruzes lançam seus produtos tóxicos nas águas do rio, que segue seu percurso num banhado que se abre cada vez mais.

Santana do Parnaíba, 18 de março

Revelações da história do rio acontecem no Museu do Parque Ecológico do Tietê. Andar de bicicleta pela margem do Tietê em São Paulo foi surpreendente! Aproveitei e fiz algumas coletas, não muitas, mas o suficiente para se pedalar com alguns quilos a mais nas costas.

Itú, 19 de março

A ideia de se ter o desenho de uma cachoeira que foi destruída por barragens e represas começa a tomar forma - o domínio do homem sobre a natureza, a domesticação do perigo, do "rio inavegável" e os fantasmas que habitam nas profundezas dos lagos represados... fantasmas de um rio imaginário, que corre ao contrário, que mudou de nome e que ainda se revolta com os homens quando de suas enchentes!

Tantas histórias fascinantes como os "Anhangueras", Fernão Dias e inúmeros outros bravos e rudes de outras épocas, servidores da coroa portuguesa que conquistaram o território a duras penas e incontáveis mortes e escravidões.

Continuo a viagem pelo rio podre, que morreu a muito e que agora denuncia o fim do mundo com suas espumas brancas e malditas, fedorentas, cheias de merda e toda espécie de malícia produzida pelo homem. O rio, em sua revolta, nos devolve o descarte nele jogado; nada sai barato. E assim ele segue num cortejo fúnebre, passando por Pirapora do Bom Jesus e Cabreúva, até chegar em Itú, num desfile monótono em que o contraste da beleza das margens verdes e vivas, da memória caipira paulista, da fé, dos romeiros, das primeiras usinas hidrelétricas finge que não vê o doente moribundo, arrastando-se melancólico com suas garrafas plásticas a apontar o sentido da corrente.

Sigo coletando pedras e memórias. Eu, num arrastar-me pelas bordas, a sangrar as margens, a subtrair séculos plasmados nas pedras e a deslizar comigo no fluxo da jusante, o que a própria vida oferece a quem dela se aventura - resistência, vida e morte.

Porto Feliz, 05 de junho

Começo o dia no Parque do Varvito olhando rochas milenares alinhadas e dobradas sobre a superfície do planeta, e passo depois pela Rocha Moutounée, a mais antiga rocha do Brasil. Antes de acontecer um rio, já haviam suas margens.

A poluição continua a desafiar o bom senso em Salto, desaguando espuma fétida ao invés de água viva, sujando o ar com sua presença cândida mas mortal. Mesmo assim, Salto é uma das poucas cidades até agora que não volta as costas ao rio, como se quisesse dele se esquecer. Ao contrário, cria em suas margens um memorial em sua homenagem e à história das Bandeiras e monções que tanto fizeram por estas cidades... Itu, Salto, Porto Feliz e Tietê.

Tietê, 06 de junho

O rio que corre arrasta consigo inúmeras quantidades de material; as margens que "sobram" arrastam para si o rio que tenta passar. Acredito que recolho aqueles pedaços que foram forjados na luta dos elementos e que a venceram. Eles permaneceram como parte do que define o rio, o seu trajeto, o seu limite e a sua borda.

Nas barrancas salitrosas de Porto Feliz, um batelão de 9 metros transpira placidamente numa caixa de vidro longe do rio, o seu propósito de existir. O porto que era feliz hoje não parece nem triste nem ansioso pelas barcas que saem pelo país adentro. Mas, mesmo assim, me emociono com as histórias de coragem e com a lenda da pedra do Curuçá. Afinal de contas, ser barranco é ser apoio, é resistir, é delimitar e domar. E isso é muito nobre. Ser rio, por outro lado, mais do que ser água corrente, é ser um estado de espírito.

Barra Bonita, 07 de junho

No distrito de Laras, encontro com margens que ainda não se alargaram. Depois chego a Anhembi e vejo o rio participando da vida de seus cidadãos de forma saudável, no primeiro balneário do caminho. A frustração da estrada de terra que peguei para encurtar o caminho foi recompensada chegando em Igarapu do Tietê e à vista da barragem de Barra Bonita.

Ibitinga, 08 de junho

Canaviais e balsas participaram do roteiro de hoje; suas presenças marcantes na paisagem são extremos de um aproveitamento pacífico de um rio vivo. O uso consciente e ecológico da água para o transporte e o lazer e a sua importância no agronegócio, que também a polui e destrói. Faces de uma simbiose difícil de resolver, mas com décadas de convívio resignado.

Minhas margens ficam mais arenosas, mais suaves. Todos os saltos que aqui haviam foram inundados pelas barragens e represas. Margens móveis, elásticas, mutantes da paisagem.

Sales, 09 de junho

Um rio gigante em Pongaí me deixa com os olhos marejados. Caudaloso, ele se impõe; majestoso, avança para além da vista. Em Sales, encontro uma cidade tranquila e prazerosa à beira d'água. Penso que todo rio anseia o Oceano, mas nem todos se tornam grandes antes do encontro. Tenho os olhos fartos de tanta água que se arrasta por entre as margens.

Penápolis, 24 de agosto

Pedra, areia e argila abundam nas praias de Sabino e Sales. Moles margens melancólicas. Atravesso talvez a última balsa. 30 minutos numa imensidão de água. Nem parece o mesmo rio que vi sair da terra em Salesópolis... e talvez nem seja mesmo. Margens generosas hoje me deram pedra e areia. Em Adolfo, peguei muitos seixos no atracadouro; embaixo da ponte em Promissão, mais algumas outras tantas. Tudo está seco, árido, ventoso e poeirento. Aqui tudo é um pouco mais pobre e decadente. Às margens da Rodovia Transbrasiliana, uma tempestade de pó sobe dos canaviais e deixa a vista turva, assim como um rio muitos quilômetros atrás.

Araçatuba, 25 de agosto

No museu de Penápolis, gasto minha manhã atrás de imagens do Salto do Avanhandava e da história do próprio Rio Tietê e assim defino a imagem que servirá de base para o desenho. Prainhas são sinais de que o acesso ao rio é garantido. Estar debaixo das pontes e rodovias que cortam o rio é estar no entremeio de horizontes líquidos e alargados.

Araçatuba, 26 de agosto

Tiro o dia para arrumar as fotos, textos, reler os diários e planejar os próximos passos... o fim se aproxima e eu, na expectativa do encontro com a foz.

Pereira Barreto, 27 de agosto

Sob a ponte da SP463, encontro a prainha municipal de Araçatuba, que me oferece boas fotos antes da chuva, algumas coletas e a surpresa de ver o estaleiro a poucos quilômetros adiante! Consigo almoçar em Auriflama e sigo o velho oeste paulista passando por Dallas.

Encontro uma ponte em Cesaria, onde pescadores se apoiam e parecem não pegar nada. Desço ao rio, coleteo e fotografo árvores mortas há tempos, mas ressurgidas com a estiagem. Me incomoda a quantidade de lixo, garrafas plásticas deixadas pelos próprios pescadores que prosseguem numa atitude predatória, emporcalhando o próprio rio que lhes dá a satisfação da pesca.

Tudo é vermelho, barro e argila no solo fértil de Sud Mennucci. A devastação causada pelos imensos canaviais e usinas tinge a vista dos olhos. Terra, argila, poeira, barro e pó. Chão batido centenas de vezes até virar sangue.

Causa espanto para quem vê pela primeira vez o grandioso canal que liga a Represa Três Irmãos no Tietê à represa de Ilha Solteira. Em Pereira Barreto, cisnes e peixes de fibra de vidro olham catatônicos a represa, numa

coisa meio jeca, meio saudosista. A própria cidade é estranha, bizarra nos seus monumentos, sem a personalidade que se vê nas fotos do passado e da Ponte Novo Oriente, símbolo náufrago da glória pretérita daqui. Quanto mais o rio cresce, mais parece engolir tudo à sua volta.

Itapura, 27 de agosto

Chego a Itapura, no final do trajeto. 2055 km rodados ao longo do curso do rio Tietê .

Procurei coletar rochas na maioria das vezes; quando não era possível, trazia areia, argila ou algum outro mineral que estivesse na margem do rio, independente da sua condição endêmica à margem - se estava ali, participava de certa forma da condição de rio. Pedacos retentivos, limitadores daquilo que é fluído, que corre, que deságua.

As margens se alargam e retraem conforme o humor das águas. Emociono-me com a dimensão que o rio toma durante o seu curso; de um fino olho d'água no chão, torna-se o mais importante rio dos paulistas, contribui também para o engrandecimento de outros rios e recebe de inúmeros outros a porção de água que o faz grande e imponente. Suas margens foram barradas, represadas e continuam sendo progressivamente saqueadas por todos nós! Lixo e descaso público o condenam a morrer dia após dia, até que tudo se transforme como na capital, com o próprio esgoto sendo chamado de rio.

Ao longo desses meses, aprendi a amar o Tietê, a contar as suas histórias e me admirar com cada gota de vida que via se oferecer a mim generosamente. Do pó das margens aos barrancos de argila vermelha e amarela, sou minério e água, sedimento e barro. E assim finalizo a última coleta nas margens do Tietê, tendo a jocosa caixa d'água em meio ao próprio rio, como se pudesse me advertir que todo esforço será inútil e que é preciso mais do que uma vida inteira para se contar a história de um rio, pois ele nunca é um só, e nunca será sempre o mesmo, assim como todos nós.

Total de "margens" coletadas: 89 do lado direito e 83 do lado esquerdo.

Viagem realizada em 3 partes, de março a agosto de 2015, cobrindo um total de 2.055 km acompanhando toda a extensão do rio Tietê, de Salesópolis a Itapura.



Figura 1 :: Vista da Instalação da obra Arrasto na Casa do Bandeirante, São Paulo, set 2015.



Figura 2 :: Detalhe do desenho da obra Arrasto.



Figura 3 :: Coletas margem esquerda do Rio Tietê.

Arrasto
Marcelo Moscheta



Figura 4 :: Detalhe da montagem da obra Arrasto.



Figura 5 :: Detalhe da montagem da obra Arrasto.

Arrasto
Marcelo Moscheta



Figura 6 :: Detalhe da montagem da obra Arrasto.



Figura 7 :: Detalhe da montagem da obra Arrasto.



Figura 8 :: Rocha coletada às margens do Rio Tietê para a obra Arrasto.



Figura 9 :: Rio Tietê em Biritiba Mirim.



Figura 10 :: Rio Tietê em Biritiba Mirim.



Figura 11 :: Primeiras margens coletadas.



Figura 12 :: Remeiro, do escultor Murilo de Sá Toledo, no antigo Porto do Góes, atual Parque Rocha Moutonée, em Salto.



Figura 13 :: Barrancas Salitrosas em Porto Feliz.

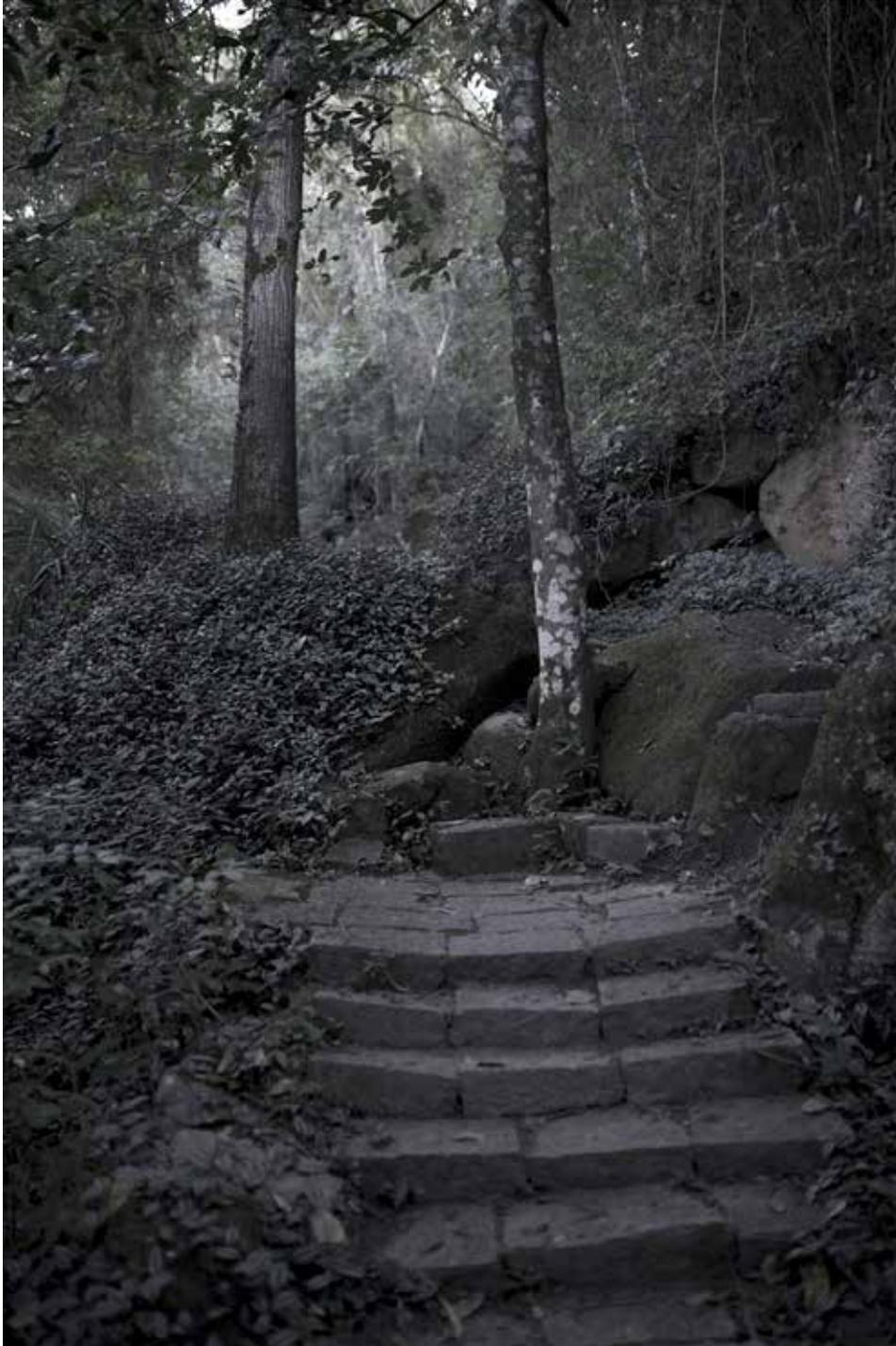


Figura 14 :: Margens do Rio Tietê em Salto.



Figura 15 :: Margens em Cesária.



Figura 16 :: Balsa em Sales.



Figura 17 :: Rio Tietê em Pongáí.



Figura 18 :: Salto do Avanhandava, 1937. Autor Desconhecido. Coleção Museu Histórico e Pedagógico de Penápolis.



Figura 19 :: Represa de Avanhandava, década de 1980. Autor Desconhecido.
Coleção SEPSA.



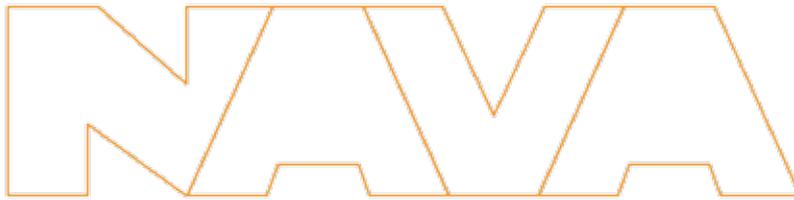
Figura 20 :: Margens em Cesária.



Figura 21 :: Margens em Buritama.



Figura 22 :: Caixa d'água em Itapura.



Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens
Instituto de Artes e Design :: UFJF

Normas para submissão de trabalhos

A NAVA é uma revista do Programa de Pós-graduação em Artes, Cultura e Linguagens da UFJF, que publica artigos de temática específica (dossiês), artigos de temáticas livres, resenhas (livros, filmes, exposições, obra musical) e entrevistas de autores doutores ou doutorandos nas áreas ligadas às artes em geral, como artes visuais, música, cinema, audiovisual e moda. A Nava recebe trabalhos através de chamadas temáticas (dossiê) e em fluxo contínuo.

Os autores dos trabalhos apresentados deverão obedecer e estar cientes das normas e diretrizes para publicação, descritas a seguir:

Os artigos, resenhas e entrevistas devem ser inéditos.

Todos os artigos serão avaliados por, pelo menos, dois pareceristas.

Os originais devem ser encaminhados após o autor ter feito revisão cuidadosa.

Ao encaminhar seus trabalhos para apreciação, os autores devem estar cientes de que, uma vez aprovado para publicação, o texto será cedido imediatamente e sem ônus dos direitos de publicação à Revista NAVA.

Ao submeter um texto para publicação, o autor concorda com as normas aqui divulgadas. Caso de plágio ou quaisquer outras ilegalidades nos textos apresentados são de exclusiva responsabilidade dos autores.

Só serão aceitas submissões de artigos de autores Doutores ou cursando o Doutorado. Somente para as resenhas serão aceitos autores Mestres.

Não serão aceitas submissões de artigos de alunos do PPG em Artes, Cultura e Linguagens da UFJF. Alunos egressos poderão submeter artigos se já estiver desligado do programa há.

Os artigos devem conter título, resumo (até 250 palavras) e palavras-chaves (até quatro), em português e em inglês.

Volume do texto: os artigos e entrevistas deverão ter entre 25 mil e 45 mil caracteres com espaço, incluindo as referências, notas, tabelas e imagens. As resenhas devem ter entre 7,5 mil e 10 mil caracteres com espaço.

Tamanho e formato do arquivo: Dois arquivos devem ser enviados à revista Nava, um com o texto e outro com as imagens. O arquivo a ser enviado com o texto deve ser salvo em DOC ou RTF e não deve ultrapassar 2MB. O arquivo a ser enviado com as imagens, caso haja, deve conter imagens em resolução de 300 dpi em extensão TIF, JPG, JPEG ou GIF e com as respectivas legendas.

Título:

Fonte: Times New Roman

Corpo (tamanho): 14

Entrelinhas (espaço): 1,5

Alinhamento centralizado

Recuo de primeira linha: não

Palavras estrangeiras e neologismos devem estar em itálico

Deve estar em negrito

Formatação de texto:

Fonte: Times New Roman

Corpo (tamanho): 12

Entrelinhas (espaço): 1,5

Alinhamento justificado

Recuo de primeira linha: 12mm

Palavras estrangeiras e neologismos devem estar em itálico.

Não usar negrito ou sublinhar termos. Use o itálico para realce.

Formatação de citações: usar “aspas” para citações de até três linhas inteiras dentro do parágrafo. Usar ‘apóstrofes’ para citação dentro da citação. Citações longas devem ser destacadas do texto, em parágrafo separado, sendo:

Recuo: 40 mm

Fonte: Times New Roman

Corpo (tamanho): 10

Entrelinhas (espaço): 1

Alinhamento justificado

Não usar negrito ou sublinhar termos. Use o itálico para realce e informe se o grifo consta do original ou não, acrescentando, conforme o caso: (AUTOR, ano, p. x, grifo nosso) ou (AUTOR, ano, p. y, grifo no original).

O trecho deve estar separado do texto por parágrafos adicionais (linha branca), um antes e um depois.

Formatação das referências:

Fonte: Times New Roman

Corpo (tamanho): 10

Entrelinhas (espaço): 1,5

Alinhamento justificado

Parágrafos com recuo especial de 12mm a partir da segunda linha.

Livros:

SOBRENOME, Prenome. *Título*: subtítulo. Edição. Lugar: Editora, ano.

Capítulo de livros:

SOBRENOME, Prenome. Capítulo de livro. In: SOBRENOME, Prenome. *Título*: subtítulo. Edição. Lugar: Editora, ano. 1ª página- última página.

Artigos em periódicos:

SOBRENOME, Prenome. Título do artigo. *Título do periódico*, Cidade, volume, número, ano, página inicial e final da parte referenciada no formato p. x-x, ano.

Citação de internet:

Devem seguir as mesmas regras anteriores para autor e título, sucedida das informações: Disponível em: endereço completo da página acessada (exemplo: <<http://www.ufjf.br/portal>>). Acessado em: dia, mês e ano (exemplo: 24 jul. 2014).

Dissertações e teses:

SOBRENOME, Prenome. *Título da obra*: subtítulo. Ano de apresentação. Número de folhas. Categoria (Grau e área de concentração)–Instituição, Local.

Trabalhos de eventos:

AUTOR. Título do trabalho. In: NOME DO EVENTO, número., ano congresso, Cidade. *Nome dos anais* ou apenas *Anais...* Cidade: Editora, ano publicação. página inicial e final da parte referenciada no formato p. x-x.

Notas: todas as notas devem ser inseridas no final da página, em notas de rodapé. Indicar, em nota, se alguma versão do texto já houver sido apresentada em congresso, seminário, simpósio etc.

As referências devem ser inseridas no sistema autor-data no corpo do texto com o seguinte modelo de formatação: (SOBRENOME, ano de publicação, p. xx).

Imagens: devem ser inseridas no corpo do texto com a devida referência de fonte e legenda em tamanho 10, Times New Roman, espaço simples. Além de presentes no corpo do texto, as imagens devem ser enviadas arquivo separado com as respectivas legendas em resolução de 300 dpi em extensão TIF, JPG, JPEG ou GIF.

Havendo dúvida ou casos ausentes nesta norma, deve-se observar a norma da ABNT.

Autorização de uso de imagens e sons: Todas as imagens e sons que não sejam de autoria do proponente do texto necessitam de autorização



expressa por escrito do autor para publicação na NAVA. O levantamento dessas autorizações é de responsabilidade dos autores e podem ser providenciadas depois da aprovação do texto para publicação.

