

Protestos na mídia: a arte como estratégia de divulgação

Lucia Bertazzo
mestranda / Cultura Visual / FAV / UFG
Dra. Maria Elízia Borges (orientadora)
ANPAP / FAV / UFG

Resumo:

Os movimentos sociais têm necessidade de veicular mensagem na mídia para conseguir apoio e reflexão da população. Uma das estratégias é se aliar à arte. Nesse artigo pretendo discorrer sobre a estratégia utilizada na pelos protestos e, como a linguagem da arte se modifica quando o objetivo é ser difundida pela mídia.

Palavras Chave: Mídia; Protesto; Arte Pública.

Abstract:

Social movements have the urge to broadcast messages in media to gather support and raise from the people. One of their strategies is to partner with art. In this article I intend to elaborate on the strategy used in protests, and how the language of art changes when the goal is mass media broadcasting.

Key words: Media; Protest; Public Art

Simple passeatas não conseguem um bom grau de comunicação. Se não forem veiculadas pela mídia, podem passar despercebidas, fato já constatado por John Downing em seu estudo sobre a Mídia Radical. “A manifestação de rua é geralmente invalidada como uma forma ultrapassada de comunicação radical que só é eficaz quando recebe a atenção da mídia convencional – na verdade, quando se trata de um evento de mídia artificial.” (2002: 159). Mesmo assim, protestos sem elementos diferenciais podem ser ignorados pela mídia ou não atrair a atenção dos destinatários desejados.

Criar acontecimentos para veicular mensagens reflexivas por meio dos meios de comunicação é a chamada mídia artificial. Faz parte de uma estratégia pensada e usada pela contracultura. Abbie Hoffman, líder estudantil dos anos 60 e 70 nos Estados Unidos, pregava a utilização da mídia para atingir as massas com mensagens subversivas. Para ele não importava como isso ocorresse; o importante era que a sociedade tomasse consciência da revolução pela qual estava passando.

Hoffman acreditava na revolução da mídia. Se ativistas criassem acontecimentos que parecessem selvagens, sensuais e engraçados, os meios de comunicação de massa não poderiam deixar de dar atenção a eles. “A mídia é de graça”, escreveu ele. “Não pague anúncios. Crie notícias”. Não tinha importância se as brincadeiras yippies eram relegadas à parte final dos noticiários, que as emissoras de TV nacionais reservavam para temas bizarros ou engraçados que deixassem os telespectadores, nas palavras de Hoffman, “felizes como vacas.” Na verdade, isso era perfeito. (GOFFMAN; JOY, 2007: 316)

Para os movimentos sociais, é importante veicular mensagens que provoquem a reflexão da população que lê jornais e assiste aos noticiários televisivos. Mas a criação pelos manifestantes de notícias que possam ser interessantes para os jornalistas não é uma tarefa muito simples. Isso exige coragem e, às vezes, um toque de subversão. Quando os ativistas dos direitos dos animais invadem a passarela nos desfiles em que as modelos vestem peles, por exemplo, eles já prevêm o problema que terão com os seguranças.

Fora de um regime ditatorial, as táticas de protesto que utilizam elementos artísticos sofrem, de maneira geral, poucas represálias e não se restringem a simples notícias. Quando bem sucedidas, a qualidade estética das manifestações dialoga com os destinatários e cria emoção.

A dança, o teatro de rua, os cartuns, os pôsteres, a paródia, a sátira, a arte performática, o grafite, os murais, as canções populares ou música instrumental são algumas das formas mais evidentes de mídia radical, cuja carga comunicativa depende não da argumentação lógica, mas de sua força concentrada e esteticamente concebida. (DOWNING, 2002: 92)

Atrás dessa visibilidade na imprensa e para agregar a arte a seus protestos, entidades como o Fórum Nacional de Direitos das Crianças e dos Adolescentes (DCA) e o Grupo pela Vida convidam artistas, como Siron, para participarem de seus manifestos. Para essas duas entidades foram criadas as ações com as crianças que escreveram o SOS (1991) no gramado do Congresso e a passeata com o Terço (1993) gigante, respectivamente. Independente do envolvimento de artistas, as sociedades de classe e organizações têm usado o elemento estético

para atrair a mídia. Um exemplo é a ONG “Rio Pela Paz” que realiza manifestações criativas pedindo o término da violência no Rio de Janeiro. Em suas manifestações foram usados, entre outros, 700 cruzeiros, 1500 rosas, sacos pretos, pessoas deitadas. Usando a criatividade, os protestos ganham maiores repercussões do que as antiquadas passeatas.

Não só nos protestos é que arte e a mídia têm relações bastante próximas. A arte desde sempre se apropria dos meios de comunicação existentes e cria os seus próprios meios. Basta pensar nas gravuras, nos cartazes, nas caricaturas e no cinema. No início do século passado, os manifestos modernos, como os do futurismo e do dadaísmo, foram publicados primeiramente em jornais, pregando uma nova forma de entender a arte. Atualmente temos uma nova denominação – artemídia - para a arte que se apropria dos veículos de comunicação e das chamadas “novas mídias” como forma de expressão:

O vocábulo "artemídia", forma aportuguesada do inglês "*media arts*", tem se generalizado nos últimos anos para designar formas de expressão artística que se apropriam de recursos tecnológicos das mídias e da indústria do entretenimento em geral, ou intervêm em seus canais de difusão, para propor alternativas qualitativas. *Stricto sensu*, o termo compreende, portanto, as experiências de diálogo, colaboração e intervenção crítica nos meios de comunicação de massa. (MACHADO, 2007: 7)

A referência à ocupação de todos os canais possíveis com a divulgação da mensagem artística é uma das características da arte contemporânea, conforme a afirmação de Anne Cauquelin, que constata: “Nós passamos do consumo à comunicação” (2005: 56). Quando a autora analisa Warhol, admite que “é preciso saturar as redes e fazer uso de todos os suportes possíveis” (2005: 114). Arlindo Machado conclui: "A arte, ao ser excluída dos seus guetos tradicionais, que a legitimavam e a instituíam como tal, passa a enfrentar agora o desafio da sua dissolução e da sua reinvenção como evento de massa." (2007: 30)

No Brasil, tivemos o movimento tropicalista que desenvolveu as relações entre arte, mídia e protesto. Influenciados pelo período inicial da ditadura militar, artistas de vários segmentos se uniram na tarefa de reinventar o Brasil sem os falsos estereótipos sobre os quais se edificavam as bases ideológicas dos

militares. A vontade de mostrar a não-passividade influenciou o teatro, a música, as artes plásticas, a literatura e o cinema. A grande mídia foi ocupada e transmitiu uma mensagem subversiva que dava uma “nova cara” ao Brasil e oferecia uma alternativa crítica para a formação da consciência do telespectador brasileiro.

Seria, pois, numa dupla direção que encaminharia o exercício (no interior do mercado, dos meios de comunicação) de uma consciência crítica de consumo e do espetáculo. De um lado, há, de fato, uma ocupação tática intencional de todos os canais possíveis de difusão de massa; acompanhada, simultaneamente, por outro lado, de um continuado tensionamento interno desses meios, e de formas diversas de exposição consciente, de dramatização mesma dessa ocupação. (SÜSSEKIND, 2007: 43).

O movimento provocou tanta visibilidade que teve todos seus líderes exilados nos anos de endurecimento do regime. Em 1979, com a liberdade de expressão devolvida aos brasileiros, o Grupo 3nós3 utilizou novamente a mídia para veicular eventos artísticos, tendo a cidade como palco. Os integrantes do grupo saíram à noite cobrindo com sacos de lixo as estátuas de São Paulo. No dia seguinte, ligaram para todos os jornais. A obra só estaria completa com a veiculação nos meios de comunicação (ARANTES, 2007: 164). Outra ação foi vedar as portas das galerias com fita crepe e marcar com um X. Deixavam um bilhete em cada porta: “O que está dentro fica – o que está fora se expande”. Essa necessidade de comunicação foi assim analisada:

Para Ramiro, a manipulação da mídia, em paralelo à utilização da cidade como palco das intervenções, é um dos diferenciadores essenciais das práticas do grupo em relação a outros trabalhos desenvolvidos no ambiente urbano. Para eles a intervenção no espaço urbano só tinha sentido se ela pudesse, de alguma forma, reverberar no espaço dos meios de comunicação, construindo uma espécie de rede entre os espaços urbanos e o da mídia, e ampliando em escala a experimentação desenvolvida no espaço físico. (ARANTES, 2007: 164)

Essas estratégias são muito diferentes das que encontramos na arte moderna, caracterizada pela busca incansável do refinamento expressivo, resultando em uma linguagem compreensível somente por meio de uma demorada iniciação. Conceitos e teorias sobre a melhor forma de expressão artística foram discutidos ao longo do tempo. Os impressionistas, precursores da

arte moderna, chegaram até a questionar a figuração na expressão artística, preocupados que estavam em captar a percepção da luz em seus quadros. Sucederam-se várias escolas e movimentos artísticos, e a arte foi ganhando uma gramática própria, livre de conteúdo figurativo e voltada para percepções estéticas. O mais importante crítico norte-americano do século XX, Clement Greenberg (2002: 38), era defensor de que a intuição estética, geradora da arte, deveria ser usufruída em nome de si mesma e de nada mais. Assim se legitimou uma série de produções nas quais era valorizada a sintaxe própria, abrindo espaço para críticos que viam essa característica como elitista.

A falta de relação da arte com os conteúdos religiosos, mitológicos ou representacionais gerou uma dificuldade de compreensão da arte moderna pelo grande público. Segundo Gullar (2006: 254): "a maioria do público não entende a arte moderna porque ela não fala de sua vida." Criou-se uma nova geração em que "o descompromisso com o social se tornou, para alguns, sintoma de uma vida estética" (CANCLINI, 1998: 43). Assim, a busca estética começou a ser considerada artificial. Em contrapartida, buscando novas dimensões para a arte, artistas e críticos procuraram uma vivência mais próxima com a sociedade. Tudo isso foi expresso por Tadeu Chiarelli, que nos apresenta um panorama dessa mudança.

Um dos segmentos mais poderosos da arte e da historiografia internacional deste século – regido por artistas e intelectuais homens e brancos – tentou forjar uma tradição erudita voltada antes de tudo para a valoração de uma sintaxe específica e grandiloqüente, percebida tanto na frieza com que muitas vezes esses artistas se relacionaram com a realidade circundante, ou na maneira como esta relação foi percebida pelos historiadores da arte. Contra essa atitude surgiram, tanto nos países europeus como em outros, manifestações que questionavam essa valorização excessiva da especificidade, esse rigor erudito, levando para a produção contemporânea elementos retirados de vivências individuais e/ou populares, produzindo assim correntes mais voltadas para uma integração maior entre a produção artística e o público. (1999: 25-26)

Tempos atrás, os monumentos levantados em praça pública, celebradores dos grandes feitos das comunidades e de personalidades de destaque formavam a categoria de arte pública. Agora, arte pública pode ser considerada a produção artística que se empenha em apresentar obras que têm relação direta com os problemas sociais. O novo conceito de *arte pública* destaca a preocupação dos artistas que pretendem expressar os anseios da sociedade e procuram ser de alguma forma “úteis”.

No circuito artístico, há artistas criando todos os dias uma nova definição do que seja arte. O fazer artístico tradicional nunca cessou. A necessidade de sua expressão vem desde os primeiros homens que desenhavam nas cavernas, há pelo menos 20 mil anos, e, contrariando algumas profecias sem fundamento, não há indícios de que a pintura e a escultura estejam perto de acabar. Por um lado, temos críticos e artistas proclamando a “morte da arte”; por outro, a produção de telas é cada vez mais incentivada, principalmente pelo mercado que acabou assumindo a função de legitimador da produção artística, como diagnostica Canclini (1998: 57). Na atualidade assistimos à ampliação do conceito de arte que, além de incluir a produção de pinturas e esculturas, anexou o conceito de arte contemporânea englobando vários tipos de expressão, desde a arte conceitual até a arte pública.

A produção artística contemporânea nos dá vários caminhos a serem seguidos. Uma forte corrente surgiu no questionamento da instituição que a consagrou. Marcel Duchamp foi o impulsionador da produção que redefine constantemente o seu meio de atuação e gerou um novo campo para a erudição herdando da tradição moderna a tentativa de chocar o público. Na atualidade, a necessidade de apresentar algo diferente, de preferência escandalizador, tornou-se tão esperada que dificilmente causa mais algum embate. Para compreender o que está sendo mostrado, além da sensibilidade, exige-se um conhecimento prévio, o que demonstra que a obra artística busca novamente o aprimoramento de uma linguagem. Nessa nova erudição, porém, são esquecidos constantemente os motivos que impulsionaram a modernidade: “Todos os movimentos de vanguarda do século 20 que resistiram à prova do tempo devem parte de seu êxito

ao fato de terem mobilizado a sociedade, de estarem associados a transformações sociais, culturais e tecnológicas que tinham um impacto direto na vida das pessoas” (TRIGO, *Folha de São Paulo*, 19 nov 2007).

Entretanto, assim como os movimentos modernos serviram de raízes para a busca pictórica desinteressada, a arte contemporânea que se instituiu sendo uma crítica à instituição acabou criando uma nova erudição. O Movimento Situacionista, cuja principal obra foi o “Maio de 1968” francês, lamentava o distanciamento do artista para com a sociedade e com questões realmente válidas a serem discutidas.

Do mesmo modo que na cultura de vanguarda, o infeliz espetáculo antiespetacular é restrito aos atores, a arte antiartística é criada e compreendida somente por artistas. Portanto deve-se considerar as relações dessa antiideologia ideológica com a função do revolucionário profissional no leninismo. (VANEIGEM, 2002: 114)

Independente dessa intelectualização da grande massa dos artistas, a arte pode ser atuante no processo de questionamento e mudança da sociedade. Em momentos históricos, quando ocorrem mudanças sociais e políticas significativas, a arte se funde nos protestos. E, nos protestos, o importante não é o aprimoramento da linguagem, mas a ampliação da comunicação e, "em todos os veículos de comunicação em massa verifica-se a tendência a uma linguagem mais e mais sintética, rápida, de assimilação instantânea." (GULLAR, 2006: 272). É nesse momento de reivindicação e de efervescência social que a arte de massa se torna necessária. "O que define a arte de massa é, pois, o seu raio de ação, o vasto número de pessoas, de todas as classes e regiões, que ela pode atingir a curto prazo" (GULLAR, 2006: 278), formando assim uma obra que usa uma linguagem simplificada, própria dos veículos nos quais elas serão inseridas e com o objetivo de divulgar questões compreensíveis pelos espectadores aos quais ela se dirige.

A linguagem utilizada pelo Movimento Tropicalista foi bastante criticada por expressar mais as vontades coletivas do que a busca desinteressada por um esteticismo estéril. Hélio Oiticica já escreveu sobre essas suas preocupações

como criador de vivências artísticas. “A exigência que gerou a obra, também a minha vivência em particular, foi de origem ética, antes de ser estética (OITICICA, 2007: 219).”

A Tropicália conseguiu quebrar a barreira da arte erudita. Firmou-se dentro da cultura da mídia e perpetuou sua mensagem política através da comunicação de massa. A linguagem, muito criticada na época, era simplesmente um instrumento. O que a diferenciou da produção conhecida como “pop” foi o caráter das obras possuidoras de teor crítico em relação à condição brasileira, o que refletia o caráter revolucionário da época. O embate provocado pelo uso das guitarras elétricas nos shows de música popular foi um ponto culminante das discórdias entre quem pregava a veiculação em massa versus a erudição da linguagem dos movimentos puristas da esquerda brasileira.

O motivo pelo qual o uso de guitarras elétricas em um festival de música popular havia se tornado um ponto tão delicado e contencioso se devia à posição que esta ocupava no Brasil do fim dos anos 60. No período que começa com o início da ditadura militar em 1964 – e que em certa medida se encerraria em 1968, ao ser decretado o AI-5 -, a música popular havia se tornado o veículo privilegiado de dissensão política. No imaginário da época, correspondia à música popular, em grande parte, o papel de articular um ideal de nação – concebido em função de revalorizar suas “raízes” culturais – e de exercer a liberdade de expressão em clara oposição ao projeto ideológico e político dos militares. (BASUALDO, 2007: 12).

O simbolismo da cidade de Brasília, filha de todos os preceitos modernistas e dos sonhos do carismático presidente Juscelino Kubitschek, se desgastou no regime militar. Inaugurada em 1960, Brasília se tornou o “monumento de papel crepom e prata”, grande decepção para o imaginário nacional devido ao endividamento do país para sua construção e, principalmente, pelo golpe militar de 1964, demonstrando o fim do projeto modernista positivista de progresso. Segundo a letra da música Tropicália, de Caetano Veloso:

“O monumento não tem porta
A entrada é uma rua antiga

Estreita e torta
E no joelho uma criança
Sorridente, feia e morta
Estende a mão..."

Em trecho do seu livro *Vanguarda e Subdesenvolvimento*, Gullar diz "A aceitação crítica da linguagem da arte de massa é decorrente natural de uma visão cultural participante da atualidade" (2006: 292). Essa participação não é sempre encarada assim. A ligação com a mídia faz com que artistas inseridos nos meios de comunicação de massa seja freqüentemente criticado. Não raro, sua atitude é interpretada como uma forma de oportunismo político, apesar dos artistas nunca terem se engajado nessa atividade. Afastar-se bruscamente da linguagem elitista da arte é o caminho certo para receber muitas críticas.

Referências bibliografias:

ARANTES, Priscila. *Espaço urbano, investigação artística e a construção de novas territorialidades*. in MEDEIROS, Maria Beatriz de; MONTEIRO, Marianna F. M. (org). **Espaço e Performance**. Brasília: Editora da Pós-graduação em Arte da Universidade de Brasília, 2007. P. 153-170

BASUALDO, Carlos(org.). **Tropicália: Uma revolução na cultura brasileira [1967-1972]**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

CANCLINI, Nestor García. **Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade**. trad. Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1998. 2ª ed.

CHIARELLI, Tadeu. **Arte Internacional Brasileira**. São Paulo: Lemos Editorial, 1999. p.11-127.

DOWNING, John D. H. **Mídia Radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. trad. Silvana Vieira. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2002.

GOFFMAN, Ken; JOY, Dan. trad. Alexandre Martins. **Contracultura Através dos Tempos: Do mito de prometeu à Cultura Digital**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

GREENBERG, Clement. **Estética Doméstica: observações sobre a arte e o gosto**. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

GULLAR, Ferreira. **Cultura posta em questão, Vanguarda e subdesenvolvimento: ensaios sobre arte**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2006.

INTERNACIONAL SITUACIONISTA. **Situacionista: teoria e prática da revolução.** Trad. Francis Wuillaume, Leo Vinicius. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2002.

MACHADO, Arlindo. **Arte e mídia.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

MEDEIROS, Maria Beatriz de; MONTEIRO, Marianna F. M. (org). **Espaço e Performance.** Brasília: Editora da Pós-graduação em Arte da Universidade de Brasília, 2007.

OITICICA, Hélio. Vivência do Morro do Quieto *in* BASUALDO, Carlos (org.). **Tropicália: Uma revolução na cultura brasileira [1967-1972].** São Paulo: Cosac Naify, 2007. Escrito em 26 dez 1966. P.218-220.

SÜSSEKIND, Flora; *Coro, Contrários, Massa: A Experiência Tropicalista e o Brasil de Fins dos Anos 60.* *in* BASUALDO, Carlos (org.). **Tropicália: Uma revolução na cultura brasileira [1967-1972].** São Paulo: Cosac Naify, 2007.

TRIGO, Luciano. É de fama e dinheiro que se trata a arte? **Folha de São Paulo.** São Paulo, 19 nov 2007. Ilustrada, artigo.

VANEIGEM, Raoul; *Banalidades Básicas* *in* INTERNACIONAL SITUACIONISTA. **Situacionista: teoria e prática da revolução.** Trad. Francis Wuillaume, Leo Vinicius. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2002. P. 75 – 117

Lucia Bertazzo formou-se em Design de Comunicação pela Universidade Católica de Goiás editando publicação 1 a 0, com o objetivo de que catalogar a produção artística do estado, teve 164 artistas participantes nas 10 edições. Assessora Siron Franco desde 2004. Cursa o Mestrado em Cultura Visual da UFG.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.