

**PLEASE**

**COME**

**TO**

**BRASIL**



**José Lucas de Deus Alvarenga**

# **PLEASE COME TO BRASIL**

Trabalho de conclusão do curso de  
Artes Plásticas, habilitação em  
Bacharelado, do Departamento de  
Artes Visuais do Instituto de Artes da  
Universidade de Brasília.

Orientador: Prof. Dr. Átila Regiani

**Brasília, 2017**



# SUMÁRIO



|  |            |
|--|------------|
| <b>LISTA DE FIGURAS .....</b>              | <b>9</b>   |
| <b>INTRODUÇÃO: BR OU NÃO BR? .....</b>     | <b>17</b>  |
| <b>CAPÍTULO 1: MONTAGEM .....</b>          | <b>27</b>  |
| <b>CAPÍTULO 2: BR .....</b>                | <b>33</b>  |
| <b>2.1: BR1500 .....</b>                   | <b>37</b>  |
| <b>2.2: BR X EUA .....</b>                 | <b>40</b>  |
| <b>2.3: ESTEREÓTIPO .....</b>              | <b>43</b>  |
| <b>2.4: BANANA IS MY BUSINESS .....</b>    | <b>47</b>  |
| <b>2.5: ZÉ .....</b>                       | <b>52</b>  |
| <b>2.6: MINHA PRODUÇÃO (PARTE 1) .....</b> | <b>56</b>  |
| 2.6.1: PRIMEIROS RESULTADOS .....          | 56         |
| 2.6.2: ZES GERAIS E NA MANIFESTAÇÃO .....  | 60         |
| 2.6.3: TROFÉU ABACAXI .....                | 63         |
| 2.6.4: DEPOSITAR / SACAR / SAQUEAR .....   | 66         |
| 2.6.5: COQUETEL GUARACOCA .....            | 70         |
| 2.6.6: FLECHAS .....                       | 74         |
| <b>2.7: TROPICÁLIA .....</b>               | <b>78</b>  |
| <b>CAPÍTULO 3: VALOR DO OBJETO .....</b>   | <b>95</b>  |
| <b>3.1: PROPOSTA .....</b>                 | <b>99</b>  |
| <b>3.2: MULTIPLICAÇÃO .....</b>            | <b>110</b> |
| <b>3.3: MINHA PRODUÇÃO (PARTE 2) .....</b> | <b>113</b> |
| 3.3.1: MELANCIAS .....                     | 113        |
| 3.3.2: BANANAS (PARTE 2) .....             | 115        |
| 3.3.3: ADESIVOS .....                      | 118        |
| 3.3.4: O GERENTE FICOU MALUCO .....        | 123        |
| 3.3.5: ALGUÉM DESCOBRIU O BRASIL? .....    | 126        |
| <b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>    | <b>133</b> |



# **LISTA DE FIGURAS**



- Fig.1** – Caderno de esboços e anotações. Pág 24.
- Fig.2** - Caderno de esboços e anotações. Pág 25.
- Fig.3** – *Alguém descobriu o Brasil?*, José de Deus, 2017. Pág 28.
- Fig.4** – *Alguém descobriu o Brasil?*, José de Deus, 2017. Pág 31.
- Fig.5** – Frame do programa televisivo *Xou da Xuxa*, imagem retirada da internet. Pág 34.
- Fig.6** - *Terra Brasilis*, Lopo Homem, 1519. Pág 41.
- Fig.7** – Frame do episódio *Blame it on Lisa*, da série *The Simpsons*, 2002. Pág 44.
- Fig.8** – Frame do episódio *Blame it on Lisa*, da série *The Simpsons*, 2002. Pág 44.
- Fig.9** – Retrato da Carmen Miranda, imagem retirada da internet. Pág 48.
- Fig.10** – Frame do filme *Saludos Amigos*, 1942. Pág 54.
- Fig.11** – Frame do filme *Saludos Amigos*, 1942. Pág 55.
- Fig.12** – Frame do filme *The three Caballeros*, 1944. Pág 55.

- Fig.13** – *Plumérias*, José de Deus, 2015. Pág 57.
- Fig.14** – *Bananas (parte 1)*, José de Deus, 2015. Pág 58.
- Fig.15** – *Tecido 2*, José de Deus, 2015. Pág 59.
- Fig.16** – *Zé Geisel*, José de Deus, 2016. Pág 62.
- Fig.17** – *Zés na manifestação*, José de Deus, 2016. Pág 64.
- Fig.18** – *Cabeça de Zé*, José de Deus, 2016. Pág 65.
- Fig.19** – *Troféu abacaxi*, José de Deus, 2016. Pág 67.
- Fig.20** – *Depositar / Sacar / Saquear*, José de Deus, 2016. Pág 69.
- Fig.21** – Frame de comercial da *Coca-Cola*, 1971. Pág 71.
- Fig.22** – Fotografia da reportagem “Saque em um caminhão de guaraná”, imagem retirada da internet. Pág 71.
- Fig.23** – Frames do video-arte *COQUETEL GUARA-COCA*, José de Deus, 2016, retirado do link: <https://www.youtube.com/watch?v=A-jfs5vUmX5s>. Pág 73.
- Fig.24** – *Flechas*, José de Deus, 2016. Pág 75.

- Fig.25** - *Brasil Nativo / Brasil Alienígena*, Anna Bella Geiger, 1976 - 1977. Pág 76.
- Fig.26** - *História do Brasil – little boys and girls*, Anna Bella Geiger, 1975. Pág 77.
- Fig.27** – Caderno de esboços e anotações. Pág 80.
- Fig.28** – Caderno de esboços e anotações. Pág 81.
- Fig.29** – Caderno de esboços e anotações. Pág 82.
- Fig.30** – Caderno de esboços e anotações. Pág 83.
- Fig.31** – *A primeira missa no Brasil*, Victor Meireles, 1860. Pág 88.
- Fig.32** – *Tropicália*, Hélio Oiticica, 1969. Pág 91.
- Fig.33** – *Caminhando*, Lygia Clark, 1964. Pág 101.
- Fig.34** – *Inserções em circuitos ideológicos: Projeto Coca-Cola*, Cildo Meireles, 1970. Pág 105.
- Fig.35** – *Perca tempo*, Coletivo Poro, 2010. Pág 107.
- Fig.36** – *Perca tempo*, Coletivo Poro, 2010. Pág 108.
- Fig.37** – *Perca tempo*, Coletivo Poro, 2010. Pág 109.

- Fig.38** – *Homenagem à Fontana*, Nelson Leiner, 1967. Pág 111.
- Fig.39** – *Melancias*, José de Deus, 2016. Pág 114.
- Fig.40** – *Bananas (parte 2)*, José de Deus, 2016. Pág 115.
- Fig.41** – *Bananas (parte 2)*, na exposição *Carnaval Cospobre*, José de Deus, 2016. Pág 116.
- Fig.42** – Texto e imagem produzida por Kabe Rodríguez e Tiago Rodrigues, para o catálogo da exposição *Carnaval Cospobre*, 2016. Pág 117.
- Fig.43** – *Adesivos*, José de Deus, 2015. Pág 119.
- Fig.44** - *Assim é se lhe parece*, Nelson Leiner, 2003-2012. Pág 120.
- Fig.45** - *Futebol, The overexcited body. Arte e esporte na sociedade contemporânea*, Nelson Leiner, 2001. Pág 1212.
- Fig.46** – *O gerente ficou maluco (segunda etapa)*, José de Deus, 2016. Pág 124.
- Fig.47** – *O gerente ficou maluco*, José de Deus, 2016. Pág 125.

- Fig.48** – *Alguém descobriu o Brasil?*, José de Deus, 2017. Pág 127.
- Fig.49** – *Museu do homem do nordeste*, Jonathas de Andrade, 2014 - 2015. Pág 128.
- Fig.50** – *Museu do homem do nordeste*, Jonathas de Andrade, 2014 - 2015. Pág 129.
- Fig.51** – *Alguém descobriu o Brasil?*, José de Deus, 2017. Pág 130.
- Fig.52** – *Alguém descobriu o Brasil?*, José de Deus, 2017. Pág 130.
- Fig.53** – *Alguém descobriu o Brasil?*, José de Deus, 2017. Pág 131.
- Fig.54** – *Alguém descobriu o Brasil?*, José de Deus, 2017. Pág 131.
- Fig.55** – Frame do episódio *Blame it on Lisa*, da série *The Simpsons*, 2002. Pág 138.



# **INTRODUÇÃO: BR OU NÃO BR?**



O que é o Brasil? O que é o brasileiro?

Comecei, em 2015, minha recente pesquisa com essas duas indagações. E essas dúvidas começaram quando fui pesquisar sobre o controverso artista plástico Romero Britto para entender melhor todas as polêmicas que o cercam.

Nessa busca, a forma como ele falava do Brasil me chamou atenção: “Eu acho que todos nós temos essa possibilidade. O potencial de ser influenciado pelo seu meio ambiente e você influenciar o seu meio ambiente. Eu acho que, com certeza, o colorido do Brasil, o colorido Nordeste e, em geral o Brasil, sempre esteve presente na minha vida <sup>2</sup>”.

Sua fala carregada de bordões estereotipados acerca do nosso Brasil varonil (e que, provavelmente ele repete frequentemente para seus clientes e amigos em Miami), como se aqui fosse um lugar cheio de gente alegre e contente o

---

2 <<http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2013/03/romero-britto-fala-sobre-sua-arte-da-cura-e-dos-300-processos-por-plagio.html>>, Acessado em: 09 out, 2016.

tempo inteiro, me fez parar para observar essas imagens clichês e superficiais que foram e são construídas desde a chegada da frota de Pedro Álvares Cabral à costa da América do Sul até os dias de hoje.

Nessa segunda busca, me deparei com diversos estereótipos, alguns coincidem com o Brasil a que Britto se refere, outros não: Um país exótico, um grande paraíso tropical, com rica fauna e flora, com grandes centros urbanos onde as pessoas convivem com macacos diariamente, com mulheres libidinosas com lindos corpos, dançando samba e carnaval (ou às vezes, salsa, ou outras danças típicas de outros países latinos), e com homens preguiçosos, “malandros”, admiradores de futebol, além do crime, do tráfico e da pobreza iminente, que são o toque final dessa salada deformada, preconceituosa, rasa e artificial que foi criada na mente dos europeus e, depois, na dos estadunidenses, com o passar dos anos.

Depois de encontrar essas imagens, percebi que eu estava fazendo a pergunta errada. Para continuar pesquisando estereótipos, a pergunta que eu deveria fazer era:

O que não é o Brasil? O que não é o brasileiro?

Em primeiro lugar, por que seria impossível dizer, de fato, o que é o Brasil e o brasileiro. Em segundo, com essa reformulação de dúvidas, reparei que meu objetivo não é ter uma visão patriótica sobre o Brasil e seus estereótipos.

Que meu trabalho não é sobre tentar criar uma identidade única de uma nação brasileira, como os poetas e pintores Românticos tentaram fazer, pois, ao fazer isso, eu, assim como os estereótipos, estaria excluindo várias facetas do Brasil e do povo brasileiro ao selecionar apenas algumas que eu julgaria dignas de formar “a cara definitiva” do país.

Em meio a essas formações de imagens estereotipadas, selecionei três momentos em que os estrangeiros olham para nós e criam em suas mentes essas distorções de nossa realidade. Primeiramente, o momento em que os portugueses “descobrem” (invadem e exploram) essa terra e se deparam com povos com culturas completamente diferentes e ficam maravilhados com um grande cenário paradisíaco. Segundamente, no século XIX, o momento em que a família real vem para o Brasil, fugindo das guerras napoleônicas, e permite que estudiosos e artistas de diversos países da Europa venham para cá realizar pesquisas acadêmicas e retratar pictoricamente as visões que aqui eles tinham. Terceiramente, quando os Estados Unidos se tornam uma potência econômica e, a partir do imperialismo econômico e cultural expandem sua “cultura de massa” que surge com o advento da televisão, rádio e cinema e, com a Segunda Guerra Mundial, os estadunidenses resolvem criar a tal da “política de boa vizinhança”, em que eles tentavam fortalecer laços entre os países da América Latina, foi nesse momento que figuras como o Zé Carioca e Carmem Miranda surgiram.

Em meio a essas reflexões que surgiu a série *Please Come to Brazil ciclo 1: I make my money with bananas*. *Please Come to Brazil* é uma frase que surgiu por causa de fãs brasileiros de celebridades internacionais que, ao demonstrarem simpatia e afeto pelos seus ídolos gringos na internet. Essa frase tornou-se um meme e reforçou a imagem do brasileiro como uma pessoa exacerbadamente hospitaleira, extrovertida e afetiva. No título da série, troco *Brazil* por *Brasil*. *I make my money with bananas* é uma marcha cantada por Carmem Miranda, onde ela critica e tenta derrubar todos os estereótipos que os estadunidenses criaram sobre ela. Infelizmente, a canção apenas fortaleceu o que ela tentou destruir.

Desses três momentos, em dois eu percebi uma contradição. No “descobrimento” do Brasil, ao mesmo tempo em que os portugueses olhavam os nativos de forma preconceituosa e subestimavam com veemência todos os costumes que ali era praticado, eles tentavam, de forma violenta e forçosa, impor seus próprios costumes europeus em detrimento dos costumes indígenas. Ou seja, os índios eram vistos como inferiores por causa de seus costumes e, ao mesmo tempo, se viam obrigados que se enquadrar nos costumes de Portugal. Algo similar acontece no Ocidente desde que o imperialismo econômico e cultural chefiado pelos EUA começou a ser posto em prática: Eles nos estereotipam e nos julgam inferiores com sua visão distorcida e superficial, ao passo que nos empurram, com muita força, seus modos de vida.

Aqui, penso meu trabalho a partir do que está atrás das estereotipações as quais somos submetidos, que é nossa condição de povo colonizado e como isso é algo difícil de fugir, mas que é possível bater de frente. Assim, abri uma nova etapa para a *Please Come to Brasil, o ciclo 2: Quem invadiu o Brasil?*. Esse título me veio à cabeça quando tentei me lembrar das aulas de história, quando o professor perguntava: “Quem descobriu o Brasil?”. Essa pergunta frequente me diz muito sobre a aceitação da posição de colonizado a que somos submetidos. A partir dessa tentativa de sair dessa posição, tive que tomar cuidado para não cair nos caminhos perigosos do patriotismo e ufanismo e trilhar outros percursos como os da Antropofagia, de Oswald de Andrade, e a da *Tropicália*, de Hélio Oiticica. Nesses percursos, percebi a impossibilidade de se chegar a uma forma fechada e perfeita de definir o Brasil, sua cultura e seu povo. Por isso, na arte contemporânea brasileira, muitas vezes, vê-se questões brasileiras aos vestígios, não como um programa central, como ocorreu no Modernismo e no Romantismo. Para Marcelo Campos,

a brasilidade não existe em essência, não é um *a priori* e, no caso contemporâneo, não se busca como objetivo último das artes (...). Ao contrário, as realidades tangenciam-se, hibridizam-se em emblemas visíveis repletos de sinais da cultura de massa e da cultura erudita (2011, p.7).

MAR  
MAPAS

HIORTALIVAS  
A MASSAS

tio  
sam

ÁGUA

PETROLEO

MARTEL  
DC

SHELL

COLA

DISNEY

COLA

MCDONALDS

PEPSI

QUEBRA  
KING

LOPÃO

FORÇA



BÍBLIA

SANTOS

CARAVELA

BACULHO

FORÇA

DA

.38  
.40

FLEXIL

COM  
MUNICIPA

ARMA  
FOGO

DE VINTO

AGÚCAR

PAPAI  
NOEL

CONFETE

MOSQUETE

BARRILETO

PIXA

RAPÉIRA

CASTÃO  
AMÉRICA

FOGLAND

HOLLYWOOD

FANTASIA

CARNIVAL

SANGUE

ESC. DO  
LIBERDADE

CRISTO

REDENTOR

CARVÃO

PÃO DE  
ÁGUA

ARTIF  
TERRA

GUARANA  
FRUTA IRIKI

MADREIRA

CALHAÇA

CAFÉ  
LITE

FITA DUREX  
CREPE

PAPEL  
DUREX

LAMA-DE-  
AÇÚCAR

ALBUM  
LORA



PENA

CAIXA DE  
MADERA

JORNAL

LOPO AMERICANO  
CHOPLO

PSOELAO

BOLA FUTEBOL

PAU-BRASIL

ENVELOPE

FOGO

ARLO

BILHETE LOTERIA

BANANINHA

REDE DE  
GOL/  
PESCA

FLECHA

FOLHA BANANO

PESCA

LANÇA

ZARABASTANA

ABACAXI

PANTEIRO

CEVISTA

PRISIA  
Biquini  
Sungla

meandros

PRELO CUIA

ZE CORNIO

XITO

MARTELO

PAPEL MARCHE

TUCAS  
MOLALO

PAPEL

LORENTE  
DE BIKE

TIO  
PATINHAS

PARA  
PASSAIO

SAL



# **CAPÍTULO 1: MONTAGEM**

# Dia de terror

CONJUNTURA

## Nota do Brasil

Dentro da Fiem, afirma que o país pode enfrentar as consequências do que...

O Brasil enfrenta um cenário econômico complexo, com desafios estruturais que exigem reformas profundas. A inflação permanece alta, pressionando o Banco Central a manter a taxa de juros elevada. O setor privado enfrenta dificuldades de crédito, e o governo busca equilibrar o orçamento em meio a cortes de gastos e aumento de receitas.

### Dissidência na Grécia

Grécia enfrenta uma crise política profunda devido à divergência de opiniões sobre o caminho a seguir para lidar com a crise econômica. Enquanto alguns defendem medidas de austeridade mais rigorosas, outros buscam negociações com o FMI e a UE para obter mais apoio financeiro.

## E hora de só comprar o que vale

**BANCO DO BRASIL**

Depósito em dinheiro

Atendimento personalizado para você. Saiba mais em [www.bb.com.br](http://www.bb.com.br)

R\$36.990, R\$1.330, R\$39.990

11.707, 1.699, 62x 30x, 60x 18x

volkswagen.vale

| Modelo            | Valor     | Financiamento |
|-------------------|-----------|---------------|
| Volkswagen Gol    | R\$36.990 | 11.707        |
| Volkswagen Polo   | R\$39.990 | 1.699         |
| Volkswagen Passat | R\$1.330  | 62x 30x       |
| Volkswagen Jetta  | R\$39.990 | 60x 18x       |

Opinião



ESQUECIMENTO

ser esquecido



Rouba os bois



Antes de me aprofundar nas questões brasileiras que acabaram de ser ditas, eu gostaria de rapidamente elucidar sobre a questão da montagem, procedimento muito presente em meus trabalhos poéticos. Aqui me baseio a partir da teoria do cineasta soviético Sergei Eisenstein que, em seu livro *O sentido do filme*, explana sobre a montagem de imagens na edição de um filme e como a maneira de como é feita pode dar cria a narrativas totalmente diferentes das narrativas das imagens soltas. Para o autor,

(...) a justaposição de dois planos isolados através de sua união não parece a simples soma de um plano mais outro plano – mas o produto. Parece um *produto* – em vez de uma soma das partes – porque em toda justaposição deste tipo o *resultado é qualitativamente* diferente de cada elemento considerado isoladamente (Eisenstein, 2002, p.16).

E ele reforça:

Já foi dito: o todo é mais do que a soma de suas partes. É mais correto dizer que o todo é algo da soma de suas partes, porque a soma é um processo insignificante, enquanto a relação todo-parte é significativa (Koffka *apud* Eisenstein, 2002, p.16).

Continuando sua teoria, Eisenstein diz que esse processo de formação de imagens pela montagem é repetida quando chega no espectador e que isso “é, na realidade, o objetivo final do esforço criativo de todo artista”( Eisenstein, 2002, p.28). Para ele, o sentimento e a razão do espectador devem ser levados em conta no processo criativo.

“O espectador é compelido a passar pela mesma estrada criativa trilhada pelo autor para criar a imagem (...). A força do método reside também no fato de que o espectador é arrastado para o ato criativo no qual sua individualidade não está subordinada à individualidade do autor, mas se manifesta através do processo de fusão com a intenção do autor” (idem, p.29).

Isso pode relacionar-se com a explicação de Felipe Scovino acerca dos mecanismos onde surge a ironia, outro tópico importante em minha pesquisa poética. Para o autor,

a ironia é tanto sobre interpretação como intenção, ela “acontece como parte de um processo comunicativo: não é instrumento retórico estático a ser utilizado, mas nasce nas relações entre significados, entre pessoas e emissões e, às vezes, entre intenções e interpretações. (...) Em várias ocasiões não é percebida, permanecendo numa espécie de limbo entre o ‘dito’ e o ‘não dito’” (Scovino, 2007, p.99).

**Fig. 4**





# **CAPÍTULO 2:**

## **BR**

**Fig. 5**



**Tratar a brasilidade na arte contemporânea é perceber os mecanismos que ligam obras a lugares, autobiografias à história da arte, mas também a permanente sensação de se estar em desconforto, fora de lugar, mesmo que a casa seja a minha.**

**Marcelo Campos**



## 2.1: BR1500

Nada contra ti  
não me leve a mal  
quem descobriu o Brasil  
não foi Cabral

MC Carol

Para falar de estereótipos, imaginários equivocados, invasões culturais e colonização, resolvi pesquisar rastros da cultura brasileira e suas raízes. Para abordar sobre essa cultura brasileira, resolvi começar do começo da história que nos é contada geralmente. E para falar de história do Brasil, infelizmente começa-se justamente num momento conturbado: a partir do momento em que o europeu invade e começa a explorar essa terra, em 1500 (e a história é sempre contada pelo colonizador). E foi nesse momento, chamado de “Descobrimto do Brasil”, nesse fortíssimo choque cultural, que começam a surgir imagens dessas “terras distantes e exóticas” na mente do estrangeiro (ima-

gens regadas a muito preconceito, hostilidade e arrogância, claro).

Aos olhos dos recém-chegados, aquela indida louçã, de encher os olhos só pelo prazer de vê-los, aos homens e às mulheres, com seus corpos em flor, tinha um defeito capital: em vadios, vivendo uma vida inútil e sem prestança. Que é que produziam? Nada. Que é que amealhavam? Nada. Viviam suas fúteis vidas fartas, como se neste mundo só lhes coubesse viver (Ribeiro, 1995, p. 41).

Eram pardos, todos nus, sem coisa alguma que lhes cobrisse suas vergonhas. Nas mãos traziam arcos com suas setas. Vinham todos rijos sobre o batel; e Nicolau Coelho lhes fez sinal que pousassem os arcos. E eles os pousaram.

Carta de Pero Vaz de Caminha ao Rei D. Manuel I, 1500.

E, ao passo em que os povos nativos daqui tinham suas culturas menosprezadas com olhares arrogantes e hostis dos portugueses, os índios foram, aos poucos, sendo obrigados a acatar costumes que vinham da Europa. A religião cristã foi uma das principais ferramentas de imposição cultural sobre os povos indígenas: “De todo o debate, só reluzia, clara como o sol, para a cúpula real e para a Igreja, a missão salvacionista que cumpria à cristandade exercer, a ferro e fogo, se preciso, para incorporar as novas gentes ao rebanho do rei e da Igreja” (idem, p.54).

E a cruel e sádica forma de explorar e “descobrir” novas terras e culturas não atingiu apenas os povos indígenas da América, mas chegou ao africano, que foi arrancado de seu lar e trazido para o Brasil para ser escravizado. Os negros, encontrados distantes de suas terras, eram trazidos aos montes, e ao lado de pessoas de identificações tribais diferentes e geralmente hostis, “foram compelidos a incorporar-se passivamente no universo cultural da nova sociedade” (idem, p.103).

Com o choque dessas culturas diferentes (com várias subdivisões), cheio de mutilações e apagamentos, temos o prefácio da história do Brasil, que emerge “como um renovo mutante, remarcado de características próprias, mas atado genesicamente à matriz portuguesa.” (idem, p.18).

Somos negros, índios, brancos, tudo ao mesmo tempo – nossa cultura nada tem a ver com

a europeia, apesar de estar até hoje a ela submetida: só o negro e o índio não capitularam a ela. Quem não tiver consciência disto que caia fora (Oiticica, 1992, p.125).

E, no meio desses choques teciam-se várias visões turvas uns dos outros, entre cada indivíduo de cada lugar e cultura diferente. E que, juntos, fizeram nascer uma nação única, mas que ainda carrega o estigma de ser menosprezado por estrangeiros que pra cá olham. “Somos a promessa de uma nova civilização remarcada por singularidades, principalmente africanidades. Já por isso, aparecemos a olhos europeus como gentes bizarras, o que, somado à nossa tropicalidade índia, chega para aqueles mesmos olhos a nos fazer exóticos” (idem, p.66).

## **2.2: BR X EUA**

Outro momento na história do Brasil que decidi apontar para discorrer sobre estereótipos e falsas narrativas é o século 20. E nesse momento, o Brasil já possui uma cultura com características mais próprias e particulares, um pouco mais distantes das culturas indígenas, africanas e europeias do início do período de colonização. Porém, essas características únicas que o Brasil estava construindo continuavam a ser vistas como algo exótico, selvagem e tropical aos olhos do estrangeiro, relação similar entre os povos nativos e os portugueses no século 16.

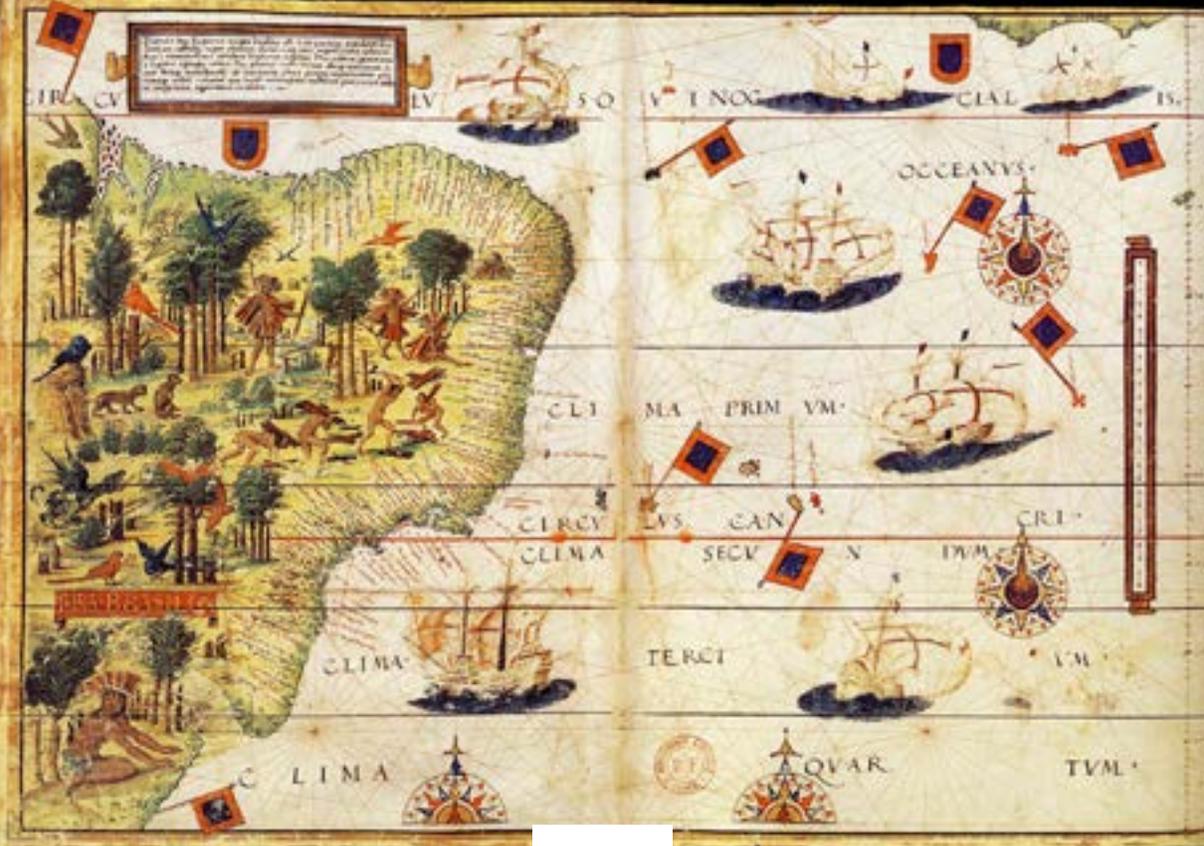


Fig. 6

Mas desta vez, quem estava no papel de colonizador cultural eram os Estados Unidos, e um dos principais momentos dessa relação cultural entre Brasil e EUA, foi na Política de Boa Vizinhança, iniciativa como uma forma de “apadrinhar” a América Latina e reforçar laços diplomáticos durante o início da Segunda Guerra Mundial. Entretanto, como de praxe, essa relação entre americanos não era algo tão cortês e cordial como o nome “Boa Vizinhança” sugere:

Ao verificar as relações diplomáticas entre os Estados Unidos e a América Latina, especificamente com o Brasil, na década de 1940, verificamos o peso da propaganda de superioridade de força, criado pelos Aliados, para a adesão dos países latinos ao conflito. Por meio do cinema, revistas, rádio, produtos importados verificou-se uma nação adentrando bruscamente as fronteiras latino-americanas, trazendo consigo preceitos morais, políticos e econômicos (Locastre, 2011, p.2).

O caráter intervencionista dos EUA, bastante comum desde o século 19 até hoje, e sua forma arrogante de se relacionar com seus vizinhos americanos, “refletem esse histórico de preconceitos e incompreensões, o que acabam denotando em um sentimento que se mesclam ‘atitudes de superioridade e menoscabo’” (Schoultz *apud* Locastre, 2012, p.57). E a “Boa Vizinhança” que se gostaria de fomentar, apenas

serviu para mostrar como era leigo e tendencioso o olhar estadunidense sobre os latinos.

Resumidamente, pode-se dizer que a relação América Latina x EUA tem o neocolonialismo, o imperialismo cultural, o intervencionismo e a globalização como principais ingredientes.

### **2.3: ESTEREÓTIPO**

Seria curiosidade ou colonialismo?

Régis Orlando Rasia

Além de estabelecer relações entre o surgimento de estereótipos e questões de colonização, é importante apontar alguns mecanismos que fazem surgir essas visões rasas sobre o outro e como essas narrativas desses vários Brasis, de certa forma, se imbricam com vestígios de brasilidade



bebedeira, sexualidade ambígua.

e, além disso, indagar sobre como pode ser perigoso tentar ignorar esses estereótipos e essas influências que vem do estrangeiro para criar apenas uma única identidade brasileira, assim como simplesmente aceitar tudo que o estrangeiro diz sobre nós e aceitar como verdade.

É interessante constatar algumas reações de alguns brasileiros frente a uma imagem que estereotipa seu país. Alguns negam sua brasilidade:

É curioso notar que o efeito nos espectadores, causados pelos estereótipos levam a negação da identidade, por exemplo: delegando a culpa à determinada região ou cultura como do carioca, do paulista; ou a música brasileira, a certos costumes, etc. Enfim, a identidade é sempre colocada em xeque (Rasia, 2011).

Já outros, apenas concordam com o que se vê:

‘para que reclamar ou reivindicar alguma coisa, pois afinal somos assim mesmo?’ Tudo indica que a construção de olhares estrangeiros (externos) sobre nosso país, colabora para denegrir ou mesmo mistificar a imagem da identidade e o olhar do nativo em si, incidindo a construção de olhares internos. Estas questões, que por vezes operam com um tom de ‘verdade’, são elementos da identidade na-

cional combinados ao preconceito (idem).

Segundo Jean Maisonneuve, o termo estereótipo vem da imprensa, “designa um conjunto de caracteres fixos constituído para efetuar uma série de tiragens, o sinônimo é clichê” (1977, p.114). A partir disso, podemos associar o termo a uma incessante repetição e a processos industriais, que são características inerentes à produção e cultura de massa. Para Tunico Amancio (*apud* Rasia, 2011), a palavra clichê “em seu sentido duplo, alia a produção triunfante à reprodução desvalorizante (...) se desloca de um processo tipográfico mecânico para um sentido figurado de reprodução de uma cópia exata de uma obra original”. É “uma forma invariável, artificial e superficial que se repete automaticamente ao infinito” (Starfield *apud* Rasia, 2011).

Para W. Lippman, os estereótipos surgem entre a realidade e a nossa percepção dela, o que pode provocar “simplificação, ou orientação seletiva de nossas percepções e podendo chegar a distorções mais ou menos graves da realidade objetiva” (*apud* Maisonneuve, 1977, p.114). Eles também podem surgir a partir de um processo que vem do pensamento científico, que tenta esquematizar e categorizar coisas. O que leva à simplificação e à generalização, a fim de “facilitar” a visão sobre o mundo. Porém, “o próprio da estereotipia é ser grosseira, rígida, brutal e repousar numa espécie de essencialismo simplista” (Maisonneuve, 1977, p.118).

## **2.4: BANANA IS MY BUSINESS**

**She makes her money with...**

**She makes her money with...**

**She makes her money with...**

**I make my money with bananas!**

**Carmem Miranda**



Agora explorando com mais afinco a questão dos estereótipos sobre o Brasil, não podemos deixar de falar da famosa cantora e atriz Carmen Miranda. Que nasceu em Portugal, 1909, mas mudou para o Rio de Janeiro, Brasil com apenas um ano de idade.

Em 1939, Carmem “já era a cantora mais popular do Brasil” (Souza, 2016, p.53), foi convidada para apresentar um espetáculo na *Broadway*, em Nova Iorque, e estava prestes a ganhar fama internacional. Ao partir para os EUA, o público brasileiro via em Carmem o orgulho nacional. “Getúlio Vargas viu nela a oportunidade de criar uma imagem favorável do país (...). O presidente sabia que a imagem de Carmem Miranda era boa propaganda para si e reconheceu a música como produto cultural e de exportação” (idem, p.54).

Ao chegar lá, Carmem torna-se um sucesso rapidamente. Seus espetáculos ganhavam cada vez mais destaque e sua fama crescia rapidamente. Várias de suas características colaboraram para seu triunfo: “seu visual estrangeiro, com a cesta de frutas na cabeça, os colares, balangandãs, plataformas, saia rodada e bata; além disso, não podemos esquecer sua personalidade extrovertida, seu talento e seu sotaque carregado, que a tornava ainda mais interessante para o público” (idem, 2016, p.56).

**(...)**

**Carmem Miran-dadá**

**Num ato de redenção, ela gira com a  
vergonha a mostra pra toda a América**

**Ela em cima e nós em baixo**

**Gira, pomba, gira**

**Carmem Miranda é o afro-luso-tropi-  
calismo em carne e osso**

**Leandro Nerefuh<sup>2</sup>**

---

2 Citação extraída do vídeo Arquivo Banana – Parte 3 de 3, disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XjnXdVpSuh8&t=470s>>, acessado em: 15/11/2016

Porém, infelizmente, o êxito na carreira de Carmen Miranda no cenário internacional acabou criando e reforçando vários estereótipos sobre o Brasil e a América Latina. A imagem de mulher latina sedutora, extrovertida e atrativa já era algo presente no imaginário estadunidense e apenas foi reforçado. Até o sotaque latino e os erros de inglês reforçavam essa ideia, apesar de Carmen já dominar o idioma perfeitamente e forçada por seus produtores a entrar nessa imagem estereotipada que eles desejavam.

Carmem tentava elucidar os estrangeiros sobre os costumes brasileiros quando possível, mas ao longo dos anos a grande maioria apenas associava a imagem da personagem ao nome do Brasil, conseqüentemente adquirindo conhecimentos equívocos acerca do país (Souza, 2016, p.58-59).

Nessa empreitada de tentar mudar essa imagem sobre o Brasil, em 1947, ela apresenta a marcha *I make my money with bananas* em seus espetáculos, onde discorre ironicamente sobre como sua figura era explorada no Estados Unidos e, infelizmente, a mensagem que ela quis passar não chegou ao público como ela quis e a canção apenas reforçou o que ela tentava derrubar.

## **2.5: ZÉ**

**o riso não veio,  
não veio a utopia  
e tudo acabou  
e tudo fugiu  
e tudo mofou,  
e agora, José?**

**Carlos Drummond de Andrade**

**que cê quer?  
viver pouco como um rei  
ou muito como um Zé?**

**Racionais MC's**

*Saludos amigos*, de 1942, é um filme feito pelos Estúdios Disney sobre a América Latina, a fim de criar laços “afetivos” entre os EUA e os latinos e fortalecer relações diplomáticas no período da Segunda Guerra Mundial. A película é dividida em quatro partes: uma parte na Argentina, outra no Lago Titicaca, entre o Peru e a Bolívia, outra nas cordilheiras do Chile e, por fim, no Rio de Janeiro, Brasil.

Na parte sobre o Rio de Janeiro, temos o pato Donald chegando ao Brasil e sendo recepcionado pelo papagaio malandro Zé Carioca, representando o povo brasileiro, uma figura carismática e hospitaleira, que recebe Donald com um forte e caloroso abraço e falando português rapidamente, deixando o pato cada vez mais confuso.

Zé Carioca, com seu novo amigo, passa por uma floresta amazônica, com tucanos e outros animais tropicais, e depois o leva ao bar para tomar cachaça e o leva em uma festa carnavalesca com figuras similares a Carmem Miranda ao fundo da cena. O personagem “é a personificação do ‘homem cordial’ brasileiro, o ‘boa praça’, animado, que trata os amigos com efusão e desprendimento. (...) é mostrado como um tipo falastrão, afetuoso, simpático e hospitaleiro” (Santos, 2002, p.3).

Um ponto que chama atenção nessa parte do filme são as cenas em que se explora o samba. Além da trilha sonora

brasileira estar presente em todo o momento, temos cenas em que se mostram pessoas tentando dançar e tocar o samba, porém o tempo todo, apenas pessoas brancas estão presentes. “(...) Em momento algum a origem da dança e a parcela de contribuição da população negra são citadas. Tal povo, fator decisivo na constituição do brasileiro, parece não existir” (Locastre, 2012, p.63). A mesma situação se repete em outro filme da Disney, *The three caballeros*, de 1944, onde, em um momento do filme, Zé Carioca leva Pato Donald para conhecer a Bahia, e chegando lá, encontram uma festa de rua com apenas pessoas brancas, cantando e dançando.

**Fig. 10**

**Fig. 11 e 12 »**





All help to beat out  
that intricate samba rhythm...



- Who is that guy?  
- Oh, he's a *malandro*, Donald.

## 2.6: MINHA PRODUÇÃO (PARTE 1)

Todo esse aporte teórico que expus acima foi sendo pesquisado simultaneamente às minhas pesquisas artísticas. Agora deixo a parte teórica um pouco de lado (ufa!) para descrever sobre meus processos e os resultados que obtive. Minhas descrições não estão em ordem cronológica, pois nos capítulos seguintes, outras pesquisas teóricas serão apresentadas e outras etapas criativas do meu trabalho poético serão conectadas de acordo com a proximidade de assunto, não proximidade temporal.

### 2.6.1: PRIMEIROS RESULTADOS

No começo do projeto *Please Come to Brasil ciclo 1: I make my money with bananas*, em 2015, durante as disciplinas Atelier 1, sob a orientação da professora Ruth Sousa, e Pintura 2, sob a orientação do professor Elder Rocha, minha produção estava focada no universo da pintura.

Nas séries *Bananas (parte 1)*(2015), *Tecidos* (2015) e *Flores* (2015) eu misturo símbolos de diversas realidades diferentes do Brasil, criando diálogos e contrastes entre imagens que remetam à violência direta ou indiretamente e imagens de frutas tropicais. *Bananas (parte 1)* é uma série de 9 pinturas sobre placas de compensado, nelas eu pinto por baixo as imagens violentas com tinta acrílica e por cima as bananas com tinta spray. O uso de tinta spray e stêncil

para pintar bananas passa às pinturas um aspecto artificial e industrial que os esmaltes sintéticos das latas de spray tem. O que contrasta com as imagens ao fundo, que são pintadas sobre tábuas de compensado, um suporte rústico e grosseiro.

Já em *Tecidos*, eu inverte a ordem e retrato a violência por cima de tecidos com estampas tropicais colados por cima da tela. Em *Flores*, eu busco me aproximar da arte decorativa e do *kitsch* para explorar o contraste entre o Brasil tropical e o Brasil violento sem utilizar imagens de violência explícita e na tentativa de dar aspecto irônico ao trabalho.

**Fig. 13**





**Fig. 14**

**Fig. 15**



## 2.6.2: ZES GENERAIS E NA MANIFESTAÇÃO

A imagem do Zé Carioca, uma figura malandra, preguiçosa e festeira, que é sempre bastante acolhedor e hospitaleiro com estrangeiros e está envolto por um cenário tropical e sedutor, até hoje é algo verossímil no imaginário não só do estrangeiro, mas também do próprio brasileiro, que se convence que realmente possui essas características. E tendo em mente tudo isso que gira em torno da figura do fagueiro papagaio, produzi a séries *Zés Gerais* e o painel *Zés na manifestação*.

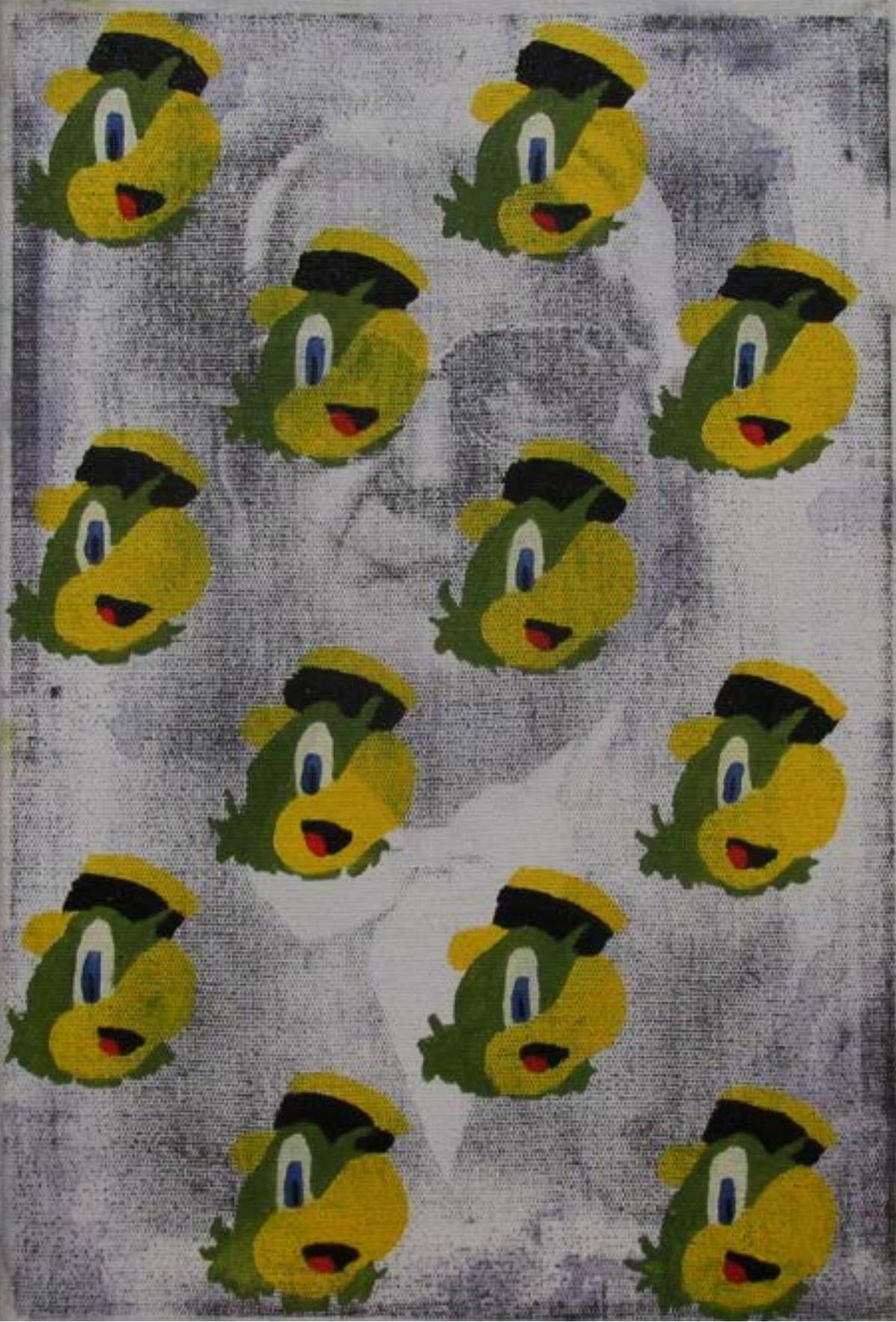
*Zé Gerais* é uma série de interferências sobre retratos dos cinco principais generais da Ditadura militar no Brasil. Primeiramente, com o auxílio de thinner, líquido extremamente tóxico e agressivo, transferei a imagem dos ditadores, cada um, em uma tela de 20cm x 30cm, em seguida, pintei sobre eles, um padrão com várias cabeças do malandro Zé Carioca, perfeito representante da falsa amistosidade que os EUA criaram com o Brasil e com outros países da América Latina. Essa postura americana com os latinos acompanhada com suas políticas imperialistas de sempre vão culminar nos vários empurrões que eles deram para dar início às ditaduras pela América Latina.

Nos trabalhos, a partir da sobreposição sobre os rostos dos malandros militares, utilizando a imagem do malandro carioca, vejo uma mão que sente repulsa diante dos retratos e os vandaliza e os destrói, mas também vejo uma mão

apaziguadora, que passa a panos quentes sobre a ditadura, que diz que não foi tão ruim assim, afinal, somos esse povo brasileiro descontraído, feliz e malandro.

*Zés na manifestação* são três telas de 80x80 que, juntas, formam um grande painel horizontal. Neste trabalho eu olho para os grandes painéis de pinturas históricas românticas e neoclassicistas, assim como para a *Guernica*, de Picasso, e tento criar a minha própria versão. Busquei várias fotos de manifestações que ocorreram nos últimos anos no Brasil, onde, com frequência, se vê a polícia militar agindo de forma truculenta e despreparada e manifestantes sendo tratados de forma agressiva. Neste painel, trago de volta a imagem do serelepe papagaio Zé Carioca, tampando o rosto de todas as pessoas que aparecem na cena, agindo, de novo, de forma agressiva (censuradora) e “apaziguadora” (censuradora).

Artista malandro.



### 2.6.3: TROFÉU ABACAXI

O abacaxi, *Ananas comosus*, assim como as bananas é um dos grandes símbolos tropicais presentes no imaginário estrangeiro. Fruta originalmente e completamente tropical (as bananas tornaram-se tropicais simbolicamente, mas sua origem é asiática), o abacaxi era chamado de Rei das Frutas pelos portugueses, quando eles a encontraram por aqui, e tornou-se um dos grandes símbolos do paraíso tropical idílico e estereotipado que está relacionado ao Brasil.

Do abacaxi, veio a performance *Troféu Abacaxi*. A performance consiste em andar por aí com um abacaxi na mão. Mas não andar por lugares desconhecidos ou maneiras inusitadas, mas percorrer os mesmos caminhos cotidianos, de forma cotidiana e fazer as mesmas coisas cotidianas, porém, com um abacaxi a tiracolo.

Fiz essa performance com dois abacaxis diferentes, três dias com cada um. No início, o abacaxi ainda estava verde e a casca dura e a coroa arranhavam e machucavam meu braço. Acidentalmente eu acabava machucando outras pessoas, ao cumprimenta-las. Algumas pediam para abraçar e caminhar com o abacaxi em mãos, o que dava descanso para o meu braço (o peso e o tamanho do abacaxi começavam a atrapalhar depois de certo momento). No último dia com o abacaxi, o cheiro dele já era muito mais evidente e se espalhava por onde eu passava. A casca já estava mole e o suco do abacaxi começava a vazar e a sujar meu braço.



**Fig. 17**  
**Fig. 18 »**



josejosejosejosej

SHA Arriqueiras



♥ 37 curtidas

josejosejosejosej Look do dia #zecarioca  
#joecarioca #selfie #beauty #fashion #style  
#brasil #brazil #look #cool #tropical



Para finalizar a performance, levei o abacaxi para o R.U. da UnB, o cortei, comi e dividi com meus colegas. Neste dia, fiquei a noite toda passando mal, com azia, por conta da acidez da fruta.

Aqui, assim como em trabalhos anteriores, eu monto fragmentos que remontam à brasilidade e possuem algum nível de contraste. O abacaxi e eu mesmo: meu cotidiano, meus costumes, minhas vestes, minha forma falar, o que falo, os lugares que frequento, as pessoas com que falo, os caminhos os quais eu percorro, minha etnia, minha cor de pele, meu cabelo, meu lugar, minha cidade, meu país, etc. O abacaxi, figura que remonta à tropicalidade e a imagens paradisíacas de um Brasil idílico, que sai de algo real e é posta em lugares equivocados e exacerbados é posta ao lado do meu corpo, em sua forma mais comum e cotidiana possível. E eu sou real. Eu existo. Não posso representar nenhuma imagem que faça todos os brasileiros se sentirem representados, mas faço parte dessa realidade e me sinto apto a dizer sobre os rastros de brasilidade que passam por mim. Pois também sou brasileiro.

Artista brasileiro.

#### 2.6.4: DEPOSITAR / SACAR / SAQUEAR

Com avançar das pesquisas e de minhas indagações, aqui o projeto *Please Come to Brasil* entra no ciclo 2: *Quem inva-*



*diu o Brasil?*, onde eu começo a me aprofundar na questão da colonização como início das narrativas sobre esse lugar que viria a se chamar Brasil.

E com essa pesquisa acerca desse início extremamente conturbado da história e cultura brasileira e da forma como as matrizes indígenas, africanas e europeias se encaixavam e se contrastavam naquele momento, comecei a produzir a série *Depositar / Sacar / Saquear*, que também envolve relações discordantes e condizentes umas com as outras.

Nesta série, eu pego envelopes de depósito do Banco do Brasil e faço interferências sobre ele: desenhos, pinturas, impressões, rasgos, carimbadas. Arte bancária. Arte capitalista. Arte brasileira. Arte agiota. Arte-crédito. Arte-dívida. Arte-juros. Arte-fila. Arte-greve. Arte-depósito. Arte saque. Arte burocrata. Arte-papelada. Depois de estar imerso nesta pesquisa durante meses e de passar diante de uma agência do Banco do Brasil quase todos os dias, reparo na força desse nome: Banco do Brasil.

Banco do Brasil, Banco do Brasil, Banco do Brasil, Banco do Brasil... Reparei que essas palavras tocam em diversos pontos, de várias formas diferentes, em meu trabalho poético. Na série *Depositar / Sacar / Saquear*, os envelopes se relacionam de diversas formas com cada interferência que faço sobre elas e se relacionam entre si, criando narrativas bizarras que crio misturando minhas narrativas com a narrativa dos outros: Jean-Baptiste Debret, Johann Moritz

Rugendas, Pedro Américo, Lopo Homem, Vitor Meireles, Walt Disney, etc.

Artista como endividado.

Fig. 20



## 2.6.5: COQUETEL GUARACOCA

*Guaraná. Coca-cola.*

*Guaraná x Coca-cola.*

*Guaraná + Coca-cola.*

*Guaraná - Coca-cola.*

*Coca-Cola.* Um dos principais representantes do imperialismo dos EUA. A venda de um estilo de vida, de um mundo melhor, de um dia melhor, de amigos melhores (e mais bonitos), um natal melhor. *The american way of life.* Nada de diabetes, obesidade ou dependência. Tudo isso vem de brinde quando se compra o refrigerante preto.

Você está diante da televisão e vê um anúncio da *Coca-Cola*, e sabe que o presidente dos Estados Unidos bebe *Coca-Cola*, Liz Taylor bebe *Coca-Cola*, e você também pode beber *Coca-Cola*. Uma *Coca* é uma *Coca*, e não há dinheiro que possa conseguir-lhe uma *Coca-Cola* melhor que aquela que o cara da esquina está bebendo (Warhol *apud* Danto, 2009, p. 85).

Pra bater de frente com o líquido preto, temos o *Guaraná Antártica*. O nosso refrigerante. O nosso sabor, tirado da nossa fruta. Sua marca faz comerciais que, ora são antro-

It's the real thing. **Coke.**



pofágicos, ora nacionalistas, ora patrióticos. O refrigerante brasileiro. Este também te vende felicidade, amigos bonitos, melhor estilo de vida etc., porém, as vezes com toque mais tropical, festivo, carnavalesco e futebolístico. A bebida em si já é sobre antagonismos: a fruta tipicamente brasileira, que nasce principalmente na Amazônia e é presente na cultura indígena torna-se o símbolo de uma das maiores marcas de uma das maiores empresas do Brasil.

A ideia inicial era basicamente colocar *Coca-Cola* dentro de uma garrafa de *Guaraná*, como se fosse uma pegadinha: você compra Brasil, mas leva EUA pra casa. A bebida estadunidense invade o recipiente brasileiro. EUA invade Brasil. Mas por fora ainda vemos Brasil. Um pouco diferente, talvez. Com sabor diferente, com certeza. O resultado é um vídeo-arte de oito minutos, com o *COQUETEL GUARACOCA* entrando em ação. Ou não. (link do vídeo na página 12, nas LISTA DE IMAGENS).

Contrastes. Invasões. Afogamentos. Relações explosivas. Uma combinação mais nociva que a do Coquetel Molotov. Assim veio o *COQUETEL GUARACOCA*. Coloca-se *Coca-Cola* dentro de uma garrafa de vidro de *Guaraná Antártica*, enfia-se um pedaço de pano na abertura da garrafa, não deixando nenhum espaço no gargalo de sobra, ateia-se fogo na ponta do pano.

Artista feliz. Artista duplamente feliz. Artista vândalo.



## 2.6.6: FLECHAS

Na série *Flechas* não há embates de diversos fragmentos, como nas séries acima, há apenas o objeto *flecha*, que eu uso para dialogar com outros objetos e outras séries minhas, fazendo surgir outros elementos e imagens.

Artista como etnógrafo (ou auto etnógrafo).

Aqui entro em uma impossibilidade, em um jogo em que já chego perdendo: encontrar o “verdadeiro brasileiro”. José de Alencar, ao escrever *O Guarani*, busca, assim como seus parceiros Romântico-Indianistas, formas de encontrar uma identidade brasileira, de um herói nacional, e vai ao indígena em busca de símbolos. Anna Bella Geiger, em *Brasil Nativo / Brasil Alienígena* (1976 - 1977), produz diversos cartões-postais com imagens da vida cotidiana indígena ao lado de releituras, em que ela se põe no lugar dos índios. Nesta obra, ela evidencia a impossibilidade de ser o outro, de ser o brasileiro nativo, o “brasileiro de verdade”, e atesta a falha do discurso da unidade cultural num país multiétnico e multicultural como o brasileiro. Em *História do Brasil – little boys and girls* (1975), a partir do uso da fotomontagem, repete essa reflexão.

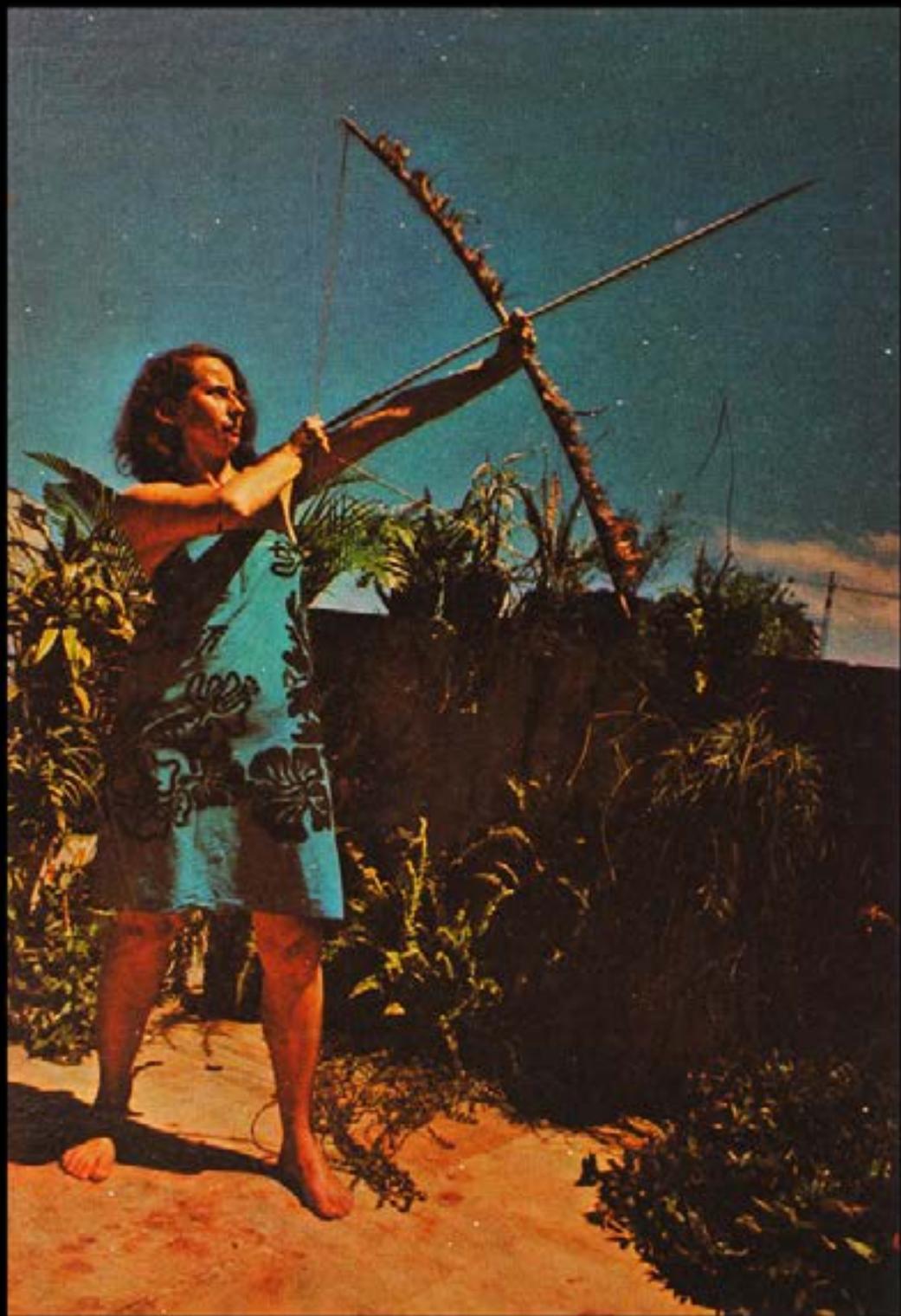
Nesta série, eu produzo várias flechas, que tento aproximar à estética dos índios brasileiros, apesar do uso de alguns materiais industriais, o que assume meu lugar de pessoa que vive em ambiente urbano e tem acesso a esse tipo de

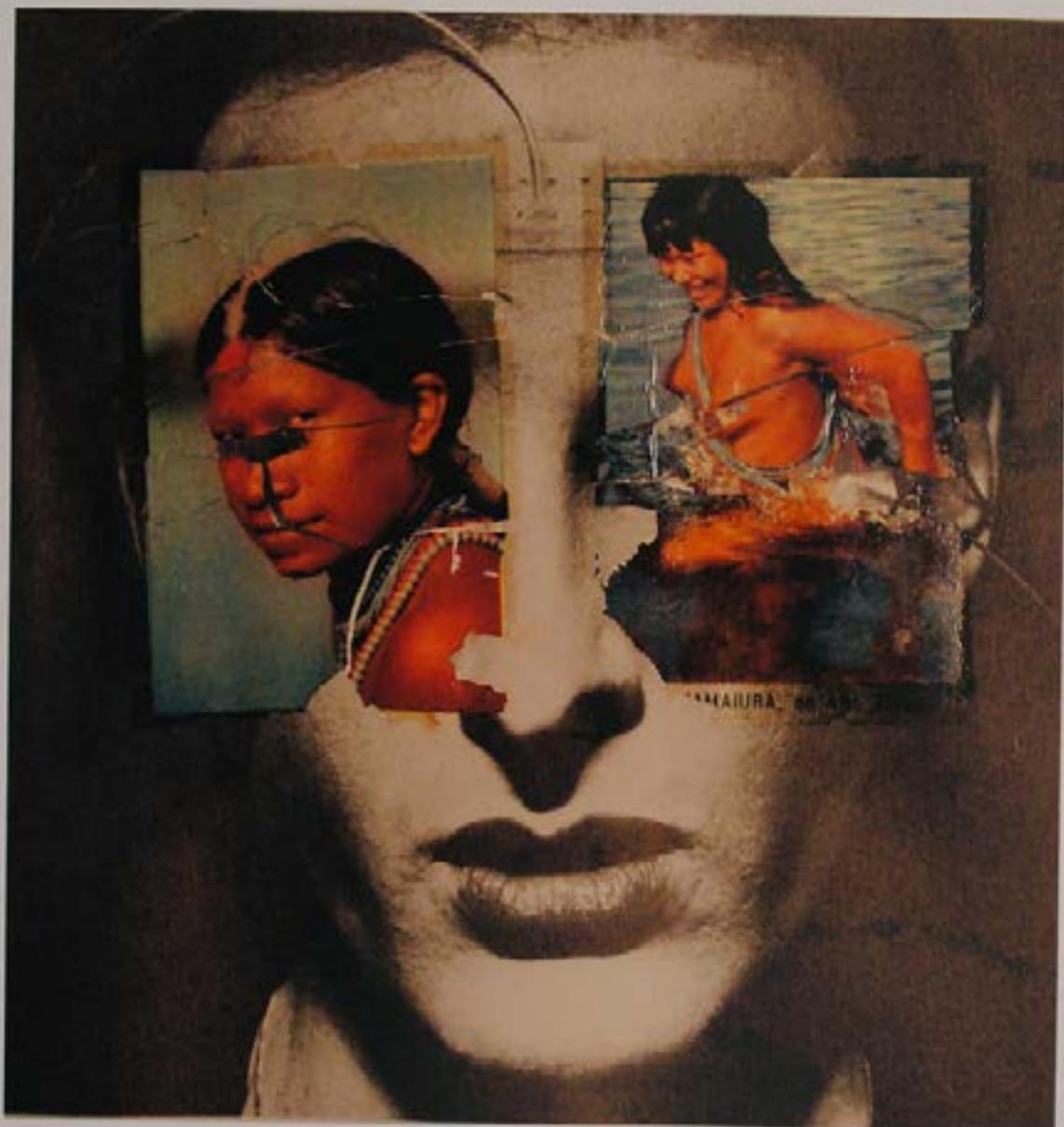
material e expõe essa impossibilidade de voltar ao indígena puro como busca do “brasileiro” citado no parágrafo acima, e que sejam funcionais, que possam machucar.

O objeto, uma arma, que pode ser usada para a caça e para a guerra. Com esses objetos, perfuro (interfiro, firo, manipulo, intervenho) paredes, objetos e meu próprio trabalho. As flechas se somam a outros símbolos, e essa soma traz um terceiro objeto, e esse objeto tem um significado que vai além da soma desses objetos.

**Fig. 24**







« Fig. 25

Fig. 26

## 2.7: TROPICÁLIA

porque se precisa e se procura algo que “guarde e guie” a cultura brasileira? E não vêem que essa “cultura” é já um conceito morto

Hélio Oiticica

Na década de 60, Hélio Oiticica traz de volta em sua pesquisa poética vários temas patrióticos, ufanistas e nacionalistas que envolvia as pesquisa dos românticos e modernistas, porém de modo atualizado. Em seus textos *Brasil Diarréia*, de 1973, *Esquema geral da nova objetividade*, de 1967 e *Tropicália*, de 1984, entre outros assuntos, ele traz à tona suas ideias sobre a brasilidade na arte e em seu trabalho poético. Seus textos me foram bastante elucidativos e a partir deles pude compreender melhor onde minha pesquisa poética poderia chegar e algumas armadil-

has em que eu poderia cair.

Uma das principais críticas de Oiticica é sobre um certo protecionismo cultural, uma tentativa de ignorar qualquer cultura estrangeira, que acontece no Brasil e que muitas vezes é atrelado ao nacionalismo, apesar de que essa questão é colocada por ele como atitude reacionária e retrógrada.

Ele sugere que, para anular nossa condição de colonizados, devemos assumir e digerir os valores que nos são dado por essa condição, não apenas evita-los e fingir que eles não existem e ao ignoramos nossa condição, estaríamos sendo conformistas, aceitando valores absolutos e deixando de lado a ambivalência crítica que vem dessa “digestão” cultural. Para a crítica de arte Aracy Amaral, “essa recusa da aceitação da realidade nacional (...) traz implícita uma condição colonial do artista brasileiro” (1998, p.46).

Derrubar as defesas que nos impedem de ver ‘como é o Brasil no mundo, ou como ele é realmente’ – dizem: ‘estamos sendo ‘invadidos’ por uma ‘cultura estrangeira’ (cultura, ou por ‘hábitos estranhos, música estranha, etc.’) ‘ como se isso fosse um pecado ou culpa – o fenômeno é borrado por um julgamento ridículo, moralista – culposo: ‘não devemos abrir as pernas à cópula mundial – somos puros’ – esse pensamento, de todo inócuo, é o mais



PENETRAVEIS

JOSE  
DOE  
DEUS

PENETRAVEIS

JOSE  
DOE  
DEUS

JOSE  
DOE  
DEUS



JOSE  
DOE  
DEUS



JOSE  
DOE  
DEUS

PENETRAVEIS

JOSE  
DOE  
DEUS

9102





**PENETRAVEIS**

**PENETRAVEIS**

**TRA**

**PENETRAVEIS**



POW!

PENETRAVEIS



paternalista e reacionário atualmente aqui. Uma desculpa para parar, para defender-se – olha-se demais prá trás – tem-se ‘saudosismos’ às pampas – todos agem um pouco como viúvas portuguesas: sempre de luto, carpindo (Oiticica, 1992, p.18).

Em outro momento, Oiticica vê sob outra ótica essa relação que o artista brasileiro tem com a cultura nacional, a partir da Antropofagia, termo indígena que foi apropriado pelo escritor modernista Oswald de Andrade. Para ele, a cultura brasileira é antropofágica por que transformamos imediatamente qualquer influência externa a um modelo nacional e isso seria uma forma de defesa e principal arma criativa contra domínio cultural estadunidense e europeu, apesar de não anular totalmente o colonialismo cultural em que vivemos. “Somos um povo à procura de uma caracterização cultural, no que nos diferenciamos do europeu com seu peso cultural milenar e o americano do norte com suas solicitações super-produtivas” (idem, p.110). E

para a criação de uma verdadeira cultura brasileira, característica e forte, expressiva ao menos, essa herança maldita europeia e americana terá de ser absorvida, antropofagicamente, pela negra e índia da nossa terra, que na verdade são as únicas significativas (idem, p.125).

Só me interessa o que não é meu.  
Lei do Homem.  
Lei do Antropófago.

Oswald de Andrade. “Manifesto Antropófago”, 1928.

A antropofagia foi apropriada durante o movimento modernista, que surgiu em um contexto em que a classe artística brasileira buscava se conscientizar sobre a própria realidade, firmando identidade própria e se digerindo criticamente as influências europeias, que impregnaram a arte brasileira com a fundação da Academia Imperial de Belas Artes.

Desde 1912, o escritor Oswald de Andrade já “reclamaria características nacionais para a arte do país, reivindicando uma forma de expressão que não fosse a arte acadêmica consagrada na Europa” (Amaral, 1998, p.22). “Era o retorno ao índio, à terra: era a proclamação da independência intelectual depois da independência política. Era também a consequência natural e inevitável de ‘pau-brasil’”(Sérgio Milliet *apud* Amaral, 1998, p.39).

Apenas brasileiros de nossa época. O necessário de química, de mecânica, de economia e de balística. Tudo digerido. Sem *meeting*

cultural. Experimentais. Poetas. Sem reminiscências livrescas. Sem comparações de apoio. Sem pesquisa etimológica. Sem ontologia.

Bárbaros, crédulos, pitorescos e meigos. Leitores de jornais. Pau-Brasil. A floresta e a escola. O museu Nacional. A cozinha, o minério e a dança. A vegetação. Pau-Brasil (Andrade, 1924).

É interessante frisar que, apesar de ambos os movimentos Romântico e Modernista levantarem a bandeira nacionalista, eles eram movimentos antagônicos. Segundo Aracy Amaral (1998, p.21-22), isso se deve ao fato de que os românticos estavam vinculados à oficialidade (ou seja, passavam por uma formação acadêmica pela Imperial Academia de Belas Artes) e, logo após sua formação, muitos se tornavam retratistas de governantes, pintores de arte histórica, etc.

Já os modernistas, tinham formação autônoma e não se preocupavam com as vendas de suas obras. Esses últimos também eram confundidos com movimentos político integralista, uma “versão local do fascismo em começos de 30” (idem, p.25), chefiado pelo político e escritor Plínio Salgado, que defendia o nacionalismo exaltado.

Na pintura romântica a questão de afirmar uma imagem nacional estava relacionada com o momento em que Dom Pedro II acabara de proclamar a república e sua monarquia

sentia a necessidade de definir símbolos nacionais. “Pensava-se em criar uma identidade nacional, e a arte era considerada um lugar privilegiado para pensar a sociedade e para inventar uma nova identidade” (Franz, 2007).

A pintura que melhor evidencia o nacionalismo desse período é a *Primeira Missa do Brasil*, pintada por Victor Meirelles entre 1859 e 1860, na França, em uma residência artística financiada pela monarquia brasileira. Nesta época, Pedro II estava investindo muito dinheiro na arte, ele distribuía “prêmios, medalhas, bolsas para o exterior e financiamentos, assim como participou com assiduidade das Exposições Gerais de Belas Artes, promovidas anualmente” (idem) e recebeu o título de Fundador e Protetor perpétuo da Academia Imperial de Belas Artes.

Antes de ser produto da mente isolada de um artista, *A Primeira Missa do Brasil* é uma síntese visual do projeto civilizatório de cunho nacionalista do Segundo Império brasileiro, e Victor Meirelles de Lima foi o homem que concretizou em forma de pintura as ideias desse projeto (idem).

Voltando a Hélio Oiticica, temos a *Tropicália* que, segundo o próprio autor, é “a obra mais antropofágica da arte brasileira (...) [e] primeiríssima tentativa consciente, objetiva, de impor uma imagem obviamente ‘brasileira’ ao contexto atual da vanguarda e das manifestações em geral da arte

**Fig. 31**



nacional”(Oiticica, 1992, p.124). A *Tropicália* surgiu como uma forma de defesa, com elementos brasileiros, que tentava criar uma linguagem nossa em frente à *Pop* e *Op Art*, movimentos que dominavam o circuito de arte nos EUA e influenciava muitos artistas daqui.

O *Penetrável* principal que compõe o projeto ambiental foi a minha máxima experiência com as imagens (...). criei como que um cenário tropical com plantas, araras, areia, pedrinhas (...). parecia-me ao caminhar pelo recinto, pelo cenário da *Tropicália*, estar dobrando pelas ‘quebradas’ do morro, orgânicas tal como a arquitetura fantástica das favelas (...).

(...)

(...) o mito da tropicalidade é muito mais do que araras e bananeiras: é a consciência de um não-condicionamento às estruturas estabelecidas, portanto altamente revolucionária na sua totalidade. Qualquer conformismo, seja intelectual, social, existencial, escapa à sua ideia principal (idem, p.124-126).

Como, num país subdesenvolvido, explicar o aparecimento de uma vanguarda e justificá-la, não como uma alienação sintomática, mas como um fator decisivo no seu progresso coletivo?

Hélio Oiticica

*A Tropicália*, ao ser concebida, foi exposta pela primeira vez na exposição Nova Objetividade Brasileira, que foi organizada pelo próprio Hélio Oiticica, junto com outros artistas e serviu como síntese da arte de vanguarda brasileira nos anos 60.

Segundo Ferreira Gullar (*apud* Reis, 2006, p.19), esse novo estado de arte brasileira dos anos 60 buscava receber mais criticamente os movimentos internacionais que chegavam ao Brasil, não uma simples ruptura com arte anterior. Com isso, era “possível a arte de vanguarda num país subdesenvolvido, vista como operação de absorção crítica e não mera transferência de valores ligados às experimentações artísticas internacionais”. Identidade nacional, dependência cultural, (sub) desenvolvimento e imperialismo cultural dos EUA foram pautas comuns neste momento.

Na *Declaração de princípios básicos de vanguarda*, texto

**Fig. 32**



publicado em 1967, firma com as ideias de Gullar. Neste texto, assinado por Antonio Dias, Carlos Vergara, Rubens Gerchman, Lygia Clark, Lygia Pape, Glauco Rodrigues, Sami Mattar, Solange Escosteguy, Pedro Escosteguy, Raimundo Colares, Carlos Zílio, Maurício Nogueira Lima, Hélio Oiticica, Ana Maria Maiolino, Renato Landin, Frederico Moraes e Mário Barata, afirmava-se que

a vanguarda ‘não se pode vincular a determinado país’, isto é, não é nacionalista, ao mesmo tempo em que ‘surge uma relação entre a realidade do artista e o ambiente em que vive’, portanto condições específicas sociais e políticas tornavam-se importantes.

(...)

A vanguarda era vista como internacionalista, porém seus modelos nunca deveriam ser cegamente copiados, pois haveria o ‘esforço criador, audácia, oposição franca às técnicas e correntes esgotadas’, fosse através de uma visão crítica ou da operação da antropofagia (idem, p.27-28).

Na exposição *Opinião 65*, que aconteceu em 1965 no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, temos alguns exemplos de obras que se relacionavam com movimentos de fora, como a *Pop Art*, mas que “não eram simples internaciona-

lização alienada e normatizadora, mas um movimento que se singularizava no país” (idem, p.32), como as pinturas figurativas de Antonio Dias e Rubens Gerchman.

Trabalhos do artista Waldemar Cordeiro, como *Jornal*, de 1964, e *A mulher que não é B.B.*, de 1971, também se relacionavam com elementos da comunicação em massa e possuíam caráter *Pop*. “As novas possibilidades de reprodução de imagens, industrialização, design, consumo e indústria cultural tinham um papel decisivo para o realismo pensado por ele, e carregavam seu sentido mais crítico” (idem, p.42).



# **CAPÍTULO 3: VALOR DO OBJETO**



**À verdade pertence não apenas o resultado, mas também o caminho. A investigação da verdade deve em si ser verdadeira, a verdadeira investigação é a revelação da verdade, cujos membros separados se unem no resultado**

**Karl Marx**



### 3.1: PROPOSTA

o trabalho é uma operação e não objetos

Cildo Meireles,  
sobre as *Inserções em circuitos ideológicos*

Frederico Morais, em *Contra a arte afluyente: o corpo é o motor da obra*: “Obra é hoje um conceito estourado de arte (...). Deixando de existir fisicamente, libertando-se do suporte, da parede, do chão ou do teto, a arte não é mais do que uma situação, puro acontecimento, um processo” (1975). O artista propõe situações e acontecimentos feitos para serem experimentados, assim a vivência se torna mais importante que a obra. “Nelas está a realidade. No meu trabalho, se o espectador não se propõe a fazer a experiência, a obra não existe”, diz Lygia Clark (*apud* Morais, 1975).

Em 1964, Lygia Clark faz uma proposta: *Caminhando*. Aqui a artista deposita total importância aos atos realizados pelo participante, que é permitido a tomar suas próprias escolhas a qualquer momento. A proposta consiste em:

(...) pegue uma dessas tiras de papel que envolvem um livro, corte-a em sua largura, torça-a e cole-a de maneira que obtenha a fita de Moebius.

Em seguida tome uma tesoura, crave uma ponta na superfície e corte continuamente no sentido do comprimento. Preste atenção para não recair no corte já feito – o que separaria a faixa em dois pedaços. Quando você tiver dado a volta na fita de Moebius, escolha entre cortar à direita e cortar à esquerda do corte já feito. Esta noção de escolha é decisiva. O único sentido dessa experiência reside no ato de fazê-la. A obra é o seu ato. (...) Cada *Caminhando* é uma realidade imanente que se revela em sua totalidade durante o tempo de expressão do espectador-autor (Clark, 1964).

A partir do pensamento de Moraes e da proposta de Lygia, vê-se como a noção de arte não se pode restringir apenas à materialidade e como ela está cada vez mais imbricada à vida e ao cotidiano. Assim o artista deixa de reter toda a autoria e se torna propositor de situações, que podem, a partir do momento que a ideia é lançada, o trabalho não tem mais controle. “O artista é o que dá o tiro, mas a trajetória da bala lhe escapa. Propõe estrutura cujo desabrochar, contudo, depende da participação do espectador. O aleatório entra no jogo da arte” (Moraes, 1975).

**Fig. 33**



A ideia do conceito de arte estar relacionado a propostas, e não mais objetos, põe a figura do autor em cheque e coloca em voga outro tópico importante a ser discutido: o espectador. Neste cenário, o espectador ganha outro papel e a hierarquia entre estas duas figuras se modifica. O espectador não deve ser tratado apenas como o indivíduo que contempla. Aqui ele pode ser, ora, participante, ora, autor da obra. Sergei Eisenstein, ao dissertar sobre a importância do princípio de montagem no cinema, cita o papel do espectador nessa equação:

(...) a imagem desejada *não é fixa ou já pronta, mas surge – nasce*. A imagem concebida por autor, diretor e ator é concretizada por eles através dos elementos de representação independentes, e é reunida – de novo e finalmente – na percepção do espectador. Este é, na realidade, o objetivo final do esforço criativo de todo artista (2002, p.28).

Para Frederico de Moraes, o artista torna-se guerrilheiro, e sua arte, uma emboscada. “Atuando, imprevisadamente, onde e quando é menos esperado, de maneira inusitada (...) o artista cria um estado permanente de tensão, uma expectativa constante. Tudo pode transformar-se em arte, mesmo o mais banal evento cotidiano” (idem). Para o historiador Artur Freitas (*apud* Coelho, 2014, p.81), autor do livro *Arte de Guerrilha*, “o artista passava a ser visto como um estrategista que atua nas brechas do sistema, (...) reagia

com violência à falsa neutralidade de circuitos sociais que eram e são por definição ‘ideológicos’”.

*As Inserções em circuitos ideológicos: Projeto Coca-Cola e Projeto Cédula*, 1970, de Cildo Meireles são trabalhos que carregam em si, tanto a ideia de guerrilha, como a ideia de proposta. As *Inserções...* consistem em: gravar opiniões e informações críticas nas garrafas e cédulas e devolvê-las à circulação. Este trabalho se atenta a três tópicos:

1. a dolorosa realidade político-social-econômica brasileira, consequência em boa parte do

2. *American Way of politics and culture* e sua ideologia (filosofia) expansionista, intervencionista, hegemônica, centralizadora, sem perder de vista os

3. aspectos formais da linguagem, ou seja, do ponto de vista da história da arte, a necessidade de produzir um objeto que pensasse produtivamente (criticamente, avançando e aprofundando), entre outras coisas, um dos mais fundamentais e fascinantes de seus projetos: os *readymades* de Marcel Duchamp (Meireles, 1999, p.108).

Para Cildo, esse trabalho “não tinha mais aquele culto do

objeto, puramente: as coisas existiam em função do que podiam provocar no corpo social” (idem, p.110), ou seja, o público aqui tem uma importância diferente do público de arte comum que “foi substituída (por deformação) pela noção de consumidor, que é aquela parte do público que teria poder aquisitivo” (idem). Pensando no público, precisava-se de um sistema de circulação de informações que fosse independente de um controle central, como a televisão e o rádio, para fazer as inserções.

O trabalho começou com um texto que fiz em abril de 1970 e que parte exatamente disso:

1. existem na sociedade determinados mecanismos de circulação (circuitos);
2. esses circuitos veiculam evidentemente a ideologia do produtor, mas ao mesmo tempo são passíveis de receber inserções em sua circulação;
3. isso ocorre sempre que as pessoas os deflagrem (idem).

*A Projeto Cédula*, por ser uma proposta que pode ser facilmente executada, comumente é refeita por outras pessoas, fazendo do espectador também um participante do projeto. O Coletivo Poro já refez o Projeto Cédula, assim como já criou novas propostas a serem executadas por qualquer

Fig. 34



peessoa. O Poro é uma dupla de artistas mineiros que realizam intervenções/performances/propostas urbanas que envolvem entregar panfletos escritos “10 maneiras incríveis de perder tempo”, colar santinhos nas paredes das ruas e instalar faixas com escritos como “enterre sua tv” e “assista sua máquina de lavar como se fosse um vídeo”. São intervenções sutis com temas que trazem para o debate, alguns problemas e falhas encontrados em espaços urbanos.

Elas são feitas com materiais baratos e efêmeros, que podem ser destruídas com muita facilidade. No site do Poro, é possível baixar os arquivos de qualquer panfleto, adesivo ou material gráfico que são usados nas propostas, o que facilita a participação do espectador nos trabalhos. Para  
rosalind krauss

“(…) o papel é o calcanhar-de-aquiles do sistema de arte, pois a luz, os insetos e o mofo o tornam perecível. E nada em toda a série da fibra poderia ser mais visivelmente aberto ao ataque do que o jornal, que a olhos vistos amarela no decorrer de uma semana. (...) O desafio da alta arte, prossegue o argumento, está inscrito nessa ‘revolução de papel colado’, visível sobretudo pelo uso do jornal, embora todos os demais objetos de papel – os pacotes de cigarros, as caixas de fósforos, o papel de parede, os rótulos da loja de departamentos e da galeria – ostentem de modo igualmente

manifesto sua ligação com uma fonte de cultura de massa, dando de ombros, assim, para a sagrada preservação da alta cultura e de seus valores” (Krauss, 2006, p.82).

**Fig. 35**



# PERCA TEMPO



## 10 MANEIRAS INCRÍVEIS DE PERDER TEMPO\*

1. Acompanhar o caminho das formigas
2. Escutar música
3. Desenhar uma laranja
4. Fazer piquenique
5. Caminhar pela cidade
6. Passar horas com os amigos
7. Observar como a luz muda durante o dia
8. Fazer aviões ou barcos de papel
9. Folhear livros de imagens
10. Tomar sol

\*Nota de esclarecimento: Tempo não é dinheiro.  
Guarde esse papéis para ser usado quando necessário.

## 10 MANEIRAS INCRÍVEIS DE PERDER TEMPO\*

1. Ouvir uma história
2. Freocar desenhos em nuvens
3. Fazer listas de coisas improváveis
4. Tomar chuva
5. Reler livros
6. Dormir de lado
7. Fixar espinhais durante horas
8. Observar o movimento das folhas nas árvores
9. Escrever cartas e mandar pelo correio
10. Passar por feiras de rua escolhendo frutas

\*Informação importante: Perder tempo não é jogar tempo fora.  
Não jogue esse papéis em via pública.

Fig. 36

Fig. 37 »

A woman with long brown hair, wearing a black jacket and dark pants, stands on a crosswalk at night. She is holding up a large white banner with the text "PERCA TEMPO" written in bold blue letters. In the background, a multi-story apartment building is visible with several lit windows. A traffic light with a red light is positioned above the woman. Other people are partially visible in the background on the crosswalk.

**PERCA TEMPO**

### 3.2: MULTIPLICAÇÃO

Em 1967, Nelson Leirner abre uma exposição em São Paulo chamada *Da Produção em Massa de uma Pintura (quadros a preço de custo)*, onde expõe sua série de múltiplos *Homenagem a Fontana*. Nesta série ele desafia a aura do objeto de arte como um objeto único, “que é a mercadoria do *marchand*, que é a glória do ‘crítico de arte’, suporte de pressão econômica e política de arte, que tem como base a valorização de um objeto que não pode ser reproduzido (...)” (Barros *apud* Chiarelli, 2002).

E para dessacralizar ainda mais o objeto, Leirner anuncia à imprensa a venda de sua série a preço de custo, no valor de 112 cruzeiros novos: “chassis, NCr\$ 6,00; lona, NCr\$ 24,00; zíperes, NCr\$ 12,00; moldura, NCr\$ 25,00; mão-de-obra do marceneiro, NCr\$ 10,00; diversos, NCr\$ 5,00; porcentagem da galeria, NCr\$ 15,00 e remuneração do artista, 15,00” (Chiarelli, 2002). “Só quero mostrar que a arte moderna pode trilhar outros caminhos com produção em massa, tornando as obras acessíveis a todos” (Leirner *apud* Chiarelli, 2002).

Em 1977, Nelson Leirner faz o seguinte relato, em um jornal local, sobre como seus múltiplos deixaram alguns colecionadores de São Paulo confusos e a importância de trazer esse transtorno para o circuito de arte paulistano nos anos 60:

Quando (...) fiz minha primeira exposição de



múltiplos, perguntas como estas eram dirigidas a mim:

‘E agora que eu queria comprar dois ou três de seus trabalhos, sendo todos iguais, como devo fazer?’ ou ‘você pode escolher o melhor?’ E quando eu trabalhei neles usando zíper e tecido, chegaram a me perguntar se eu era alfaiate. E, mais ainda, toda uma insegurança do colecionador que via no múltiplo um perigo ao valor da obra única.

Frases como estas eram frequentes: ‘Se isto pega, o que vai ser da minha coleção de quadros?’ Mas poucos estavam percebendo que aquela manifestação artística era um grito dado pelo artista tentando mostrar muito mais sobre a sua função dentro da sociedade do que a criação do objeto em si como obra de arte (idem).

A questão dos múltiplos é algo que surge de diversas maneiras em vários de meus trabalhos, tanto nas primeiras pinturas (*Bananas e Flores*, com a repetição de elementos na tela), como em trabalhos posteriores já citados acima (*Zés Gerais*, com a repetição de Zés sobre a imagem dos generais, *Depositatar / Sacar / Saquear*, série feita com o auxílio de impressora, que permite a feitura de objetos idênticos), porém, nas séries que comentarei a seguir,

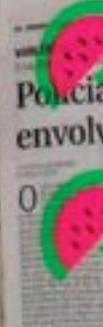
*Melancias* (2016) e *Bananas (parte 2)* (2016), a multiplicação, creio eu, é explorada com mais veemência. Nas séries *Adesivos* (2015) e *O gerente ficou maluco* (2016) também é possível perceber a questão do múltiplo como algo importante para o trabalho.

### **3.3: MINHA PRODUÇÃO (PARTE 2)**

#### **3.3.1: MELANCIAS**

As *Melancias* são serigrafias de padrões de melancias impressas em jornais. As melancias fazem referência à visão estereotipada de país carnavalesco e tropical, com rica fauna e flora, que o Brasil recebe dos estrangeiros. A composição formando um padrão que se assemelha a estampa de tecidos foi pensada para dar um aspecto industrializado às melancias, criando uma relação com o aspecto repetitivo e industrial que a cultura de massa, responsável pela criação de imagens estereotipadas, possui.

As cores vibrantes e artificiais das melancias reforçam o caráter industrial que elas possuem e contrasta com a estética dos jornais que, na maioria das vezes, tem poucas imagens e grandes espaços acinzentados de texto. Apesar da cor cinza predominar os jornais, eles também pertencem à cultura de massa e a processos industriais. Outro contraste entre a estampa e os jornais é a diferença entre o acabamento técnico das melancias estado já danificado



em que os jornais se encontram (rasgos, amassos, amarela-mentos, etc.) e que vai aumentando com o tempo.

### 3.3.2: BANANAS (PARTE 2)

*Bananas (parte 2)* é um desdobramento de *Melancias*. É uma série de jornais selecionados, coletados e marcados com carimbos em formato de banana. Esta série tem o caráter acumulativo (por enquanto são 87 jornais carimbados) e, ao ser levada a um espaço expositivo, se torna uma instalação que, a cada vez, pode ser montada de uma forma diferente. Com isso, o tamanho da instalação pode variar de acordo com o espaço e com o recorte curatorial.

« Fig. 39

Fig. 40





Refugee education number one:  
here we go!  
Banana!  
Ba-Na-Na  
say it again now  
Ba-Na-Na  
say it again now  
Ba-Na-Na  
(...)

M.I.A.

« Fig. 41

Fig. 42

A                    estampa                    declara                    uma                    entidade,  
**U M A B A N A N A ,**

uma melancia, e depois declara uma multiplicidade de entidades. Essas entidades são

articuladas em relação umas às outras, **VÁRIAS BANANAS,**  
 em um padrão repetitivo que sugere sua expansão indefinida. A concretude da relação  
 entre elas não é retratada, não se veem as bananas numa mesma árvore ou as  
 melancias em um mesmo campo, apenas se declara sua coexistência. **Há bananas.**

O resultado, em função da expansão indefinida de entidade soltas, é menos a  
 representação de coisas específicas ou de um espaço específico que a criação de um  
 sistema de entidades em relação, uma realidade. Se declara uma realidade tropical de

t r o p i c a i s .

Um jornal opera do mesmo modo. A realidade geral do país não é transposta ou  
 explicada, fatos e **ocorrências** isolados são postos a operar e se relacionar com outros  
 fragmentos para criar uma nova realidade. A obra faz, portanto, a contraposição dessas

duas                    realidades                    criadas  
 o                    Brasil                    tropical                    e                    colorido  
 e                    o                    Brasil                    miserável                    e                    violento.

### 3.3.3: ADESIVOS

Em *Adesivos*, eu colo pequenos adesivos infantis que tem como tema bandeiras do Brasil e times de futebol brasileiro sobre jornais que noticiam temas violentos. Além do contraste entre o que os adesivos e jornais estão representando, o material plástico e brilhoso do adesivo se relaciona antagonicamente com a aspereza e acidez do jornal.

O uso da colagem e a utilização de matérias perecíveis em *Adesivos* me fez refletir acerca do objeto de arte efêmero que surge a partir desses processos e como essa deterioração traz outros valores e significados ao trabalho e muda sua relação com o mundo. Pois até antes da produção dessa série, todos os meus trabalhos anteriores eram pinturas “duráveis”, feitas sobre suportes resistentes, como a tela e o compensado, com tintas que foram feitas para serem resistentes ao tempo. Rosalind Krauss, citando Christine Poggi, ao explicar sobre as colagens de Picasso, diz que

“o método de colagem de Picasso e Braque sugere uma ‘relação complexa e paradoxal com a cultura de massa’ e simultaneamente uma negação do status precioso, de belas-arts, das obras de arte tradicionais, assim como uma tentativa de subverter o processo aparentemente inevitável pelo qual no mundo moderno a arte se torna uma mercadoria” (Poggi *apud* Krauss, 2006, p. 82).

O uso de adesivos me remeteu aos trabalhos do artista Nelson Leirner. Com foco em imagens da cultura *Pop*, Leirner é extremamente irônico ao debater assuntos políticos sérios de forma jocosa e usando materiais baratos que podem ser facilmente comprados (como adesivos, latas de refrigerante e ícones religiosos). Em suas instalações como *Futebol, The overexcited body. Arte e esporte na sociedade contemporânea*, de 2001, e *Redescoberta do Brasil*, de 2004, e na série *Mapas* (2003 - 2012) o artista emprega tanto símbolos da cultura dos EUA (latas de *Coca Cola*, bonecos do *Mickey*, do *Batman*, etc.), quanto símbolos brasileiros, alguns relacionados a imagens estereotipadas (santos religiosos, brinquedos de macacos, bananas, abacaxis, campos de futebol, bandeiras do Brasil, etc.).

**Fig. 43**



**Fig. 44**

**Fig. 45 »**





O **jornal**, prossegue o argumento, é *distração sistematizada*, política e moda, esportes e publicidade confinando uns com os outros num caleidoscópio de assuntos, sendo cada um deles um segmento aparentemente independente. É a própria *aleatoriedade*, essa desordem, que parece representar e garantir a 'objetividade' da notícia em si, sua desobrigação com relação a qualquer interesse, qualquer voz. Mas a *desordem*, no jornal, tem a sua própria tarefa a realizar, e esta é desorganizar o espaço da narrativa, da história e da memória, e no lugar delas vender notícias como distração. Transformar as notícias em artigo de comércio é a tarefa dos jornais, e isso não se limita apenas aos anúncios impressos. Antes, é a própria disjunção que realiza a tarefa da publicidade, transformando a notícia em entretenimento, a história em espetáculo, a memória em mercadoria.

Rosalind Krauss

### 3.3.4: O GERENTE FICOU MALUCO

As reflexões sobre propostas artísticas e arte-guerrilha citadas acima me surgiram depois de eu ter realizado o a série *O gerente ficou maluco*.

Essa série consiste em intervenções realizadas em supermercados. Em cartazes e placas, como aqueles em que se escrevem os preços dos produtos, geralmente acompanhados de bordões como “oferta”, “promoção” e “liquidação”. Porém, no lugar desse tipo de informação, eu coloco placas com dizeres como “Liquidação: Dos direitos humanos”, “Promoção: de cargos fantasmas”, “Queima total: arquivos da ditadura militar”, “Oferta: Brasil, R\$ 1,99 o kilo”, etc. Para a realização da série, primeiramente eu vou aos supermercados e analiso a identidade visual das placas de preços. Em seguida, eu procuro produzir minhas placas para intervenção de uma forma que elas se assemelhem às placas do mercado escolhido, para que elas possam se camuflar e se tornem parte do ambiente. Assim, as intervenções se tornam pequenos detalhes em meio a tantas placas, preços e embalagens diferentes que estão presentes nesses lugares.

O conteúdo das placas e cartazes envolve tanto assuntos passageiros, como os passos da atual crise política brasileira, como assuntos que são presentes no Brasil há muito tempo e, infelizmente, dificilmente deixarão de ser, como racismo, homofobia, transfobia, xenofobia, violência, ma-

chismo, etc.

A série tem uma segunda etapa, onde eu escrevo diversas frases em várias placas e distribuo-as para as pessoas, para elas fossem aos mercados e realizassem as intervenções e fizessem um registro fotográfico e postassem em redes sociais, como o *Instagram* ou o *Facebook*, com as *hashtags* #OGERENTEFICOUALUCO e #OFERTA. Eu realizei essa etapa apenas uma vez. Levei as placas para uma feira de quadrinhos, expliquei a proposta e dei as placas para as pessoas que se interessavam.

Fig. 46





Fig. 47

### 3.3.5: ALGUÉM DESCOBRIU O BRASIL?

A instalação *Alguém descobriu o Brasil?* (2017) consiste em um espaço onde experimento a sobreposição de diversas séries que realizei anteriormente, de diversas formas. Primeiramente, as Flechas são instaladas na parede, em seguida insiro os jornais de *Melancias*, *Bananas (parte 2)* e *Adesivos*, os envelopes de *Depositatar/ Sacar/ Saquear* e fragmentos de processos de feitura das séries.

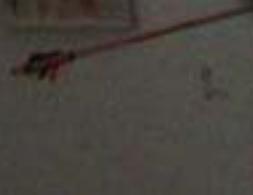
Neste trabalho, tento me aproximar em algo como o *Museu do homem do Nordeste*, do artista alagoano Jonathas de Andrade. Nesse trabalho ele cria um ambiente é uma grande instalação com várias outras instalações, trabalhos poéticos e diversos objetos dentro. *O Museu do homem do Nordeste* é um museu que entra em outros museus e celebra o homem do Nordeste.

Na minha instalação, a multiplicidade de trabalhos ganha força ao se complementarem. Às vezes elas se atropelam e formam ruídos, às vezes se encaixam e formam novas imagens, às vezes se perfuram, às vezes se escondem atrás de outros, às vezes uns dão destaque a outros. Aqui a grande quantidade de elementos no trabalho me permite assumir melhor a efemeridade e precariedade dos materiais e me sinto mais à vontade em rasgar, furar, colar e, de certa forma, destruir e desorganizar, para, a partir disso, construir e organizar novas formas.



Small red and white decorative items at the top right corner.

Fragment of a newspaper clipping at the top right.



**Fig. 49**





**Fig. 50**

**Fig. 51, 52, 53 e 54 »**







# **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**



AMARAL, Aracy A. **Artes plásticas na semana de 22**. São Paulo: Editora 34, 1998.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

CLARK, Lygia; GULLAR, Ferreira; PEDROSA, Mário. **Lygia Clark**. Rio de Janeiro: Funarte, 1980.

CHIARELLI, Tadeu. **Nelson Leiner: Arte e não arte**. São Paulo: Galeria Brito Cimino, 2002.

SCOVINO, Felipe. **A ironia e suas estratégias na obra de Cildo Meireles**. Rio de Janeiro, Arte & Ensaio n. 15, Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais/ Escola de Belas Artes, UFRJ, 2007.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. **Cultura, arte e comunicação em Guy Debord e Cildo Meireles**. São Paulo: Líbero v.17, n.33, 2014.

EISENSTEIN, Sergei. **O sentido do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

REIS, Paulo. **Arte de vanguarda no Brasil: os anos 60**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

ANDRADE, Oswald de. **Manifesto da poesia pau-brasil**. 1924.

ANDRADE, Oswald de. **Manifesto Antropofágico**. 1928.

FRANZ, Teresinha Sueli. **Víctor Meirelles e a construção da identidade brasileira**. Rio de Janeiro: 19&20, v.2, n.3, 2007.

RASIA, Régis Orlando. **E quando o “outro somos nós”? O estereótipo do Brasil e do brasileiro no audiovisual**. Revista Universitária do Audiovisual, UFSCAR, 2011. < <http://www.rua.ufscar.br/e-quando-o-outro-somos-nos-o-estereotipo-do-brasil-e-do-brasileiro-no-audiovisual/>> Acessado em: 10 mar, 2017.

SANTOS, Roberto Elísio. **Zé Carioca e a cultura brasileira**. Bahia: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2002.

SOUZA, Glaucia Galvão Pereira de. **O Rio de Janeiro de Carmen Miranda : o poder de influência do cinema na construção da imagem turística da cidade**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo), Faculdade de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2016.

LOCASTRE, Aline Vanessa. **Projeção do Brasil para o Pós-Guerra: A ‘Boa Vizinhança’ estadunidense no Brasil segundo a revista ‘Em Guarda’(1941-1945)**. Dissertação (Mestrado em História Social), Centro de Letras e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Londrina, Paraná, 2012.

OITICICA, Hélio. **Hélio Oiticica**. Paris: Jeu de Paume / Réunion des musées nationaux, 1992.

MAISONNEUVE, Jean. **Introdução à psicossociologia**. São Paulo: Ed. Nacional, Ed. Da Universidade de São Paulo, 1977.

MEIRELES, Cildo. **Cildo Meireles**. São Paulo: Cosac & Naify Edições Ltda, 1999.

MORAIS, Frederico. **Contra a arte afluyente: o corpo é o motor da obra**. Rio de Janeiro: Revista de Cultura Vozes, v.1, n.64, 1970.

KRAUSS, Rosalind. **Os papéis de Picasso**. São Paulo: Iluminuras, 2006.

DANTO, Arthur. **Andy Warhol**. São Paulo: Cosac & Naify, 2012.

ROSSI, Mariani. **Romero Britto fala sobre sua 'arte da cura' e dos 300 processos por plágio**. Portal G1, 2013. <<http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2013/03/romero-britto-fala-sobre-sua-arte-da-cura-e-dos-300-processos-por-plagio.html>> Acessado em 10 mar, 2017.

CAMPOS, Marcelo. **Vestígios de brasilidade**. São Paulo: Editora Santander Cultural, 2011.



**Fig. 55**

