

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Camila Aparecida Teixeira

A PERSUASÃO VERDE E AMARELA:
UMA ANÁLISE DA PROPAGANDA IDEOLÓGICA DO
MOVIMENTO MODERNISTA DE 20 NO BRASIL

Passo Fundo

2013

Camila Aparecida Teixeira

A PERSUASÃO VERDE E AMARELA:
UMA ANÁLISE DA PROPAGANDA IDEOLÓGICA DO
MOVIMENTO MODERNISTA DE 20 NO BRASIL.

Monografia apresentada ao curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda, sob a orientação da Professora Orientadora, Dra. Jacqueline Ahlert.

Passo Fundo

2013

Camila Aparecida Teixeira

**A PERSUASÃO VERDE E AMARELA:
UMA ANÁLISE DA PROPAGANDA IDEOLÓGICA DO MOVIMENTOS
MODERNISTAS DE 20**

Monografia apresentada ao curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda, sob a orientação da Professora Orientadora, Dra: Jacqueline Ahlert

Aprovada em ____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Profª Dra. Jacqueline Ahlert

Prof. Dr. _____ - _____

Prof. Dr. _____ - _____

DEDICATÓRIAS

Dedico este trabalho de conclusão de curso, para uma pessoa saudosa a qual sempre incentivou os meus sonhos, me fazendo ver que posso ir sempre além, com força de vontade. Dedico para você, meu pai Homero Assis Teixeira (*In Memoriam*).

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a minha família, que pode me oportunizar uma graduação que sempre quis. Fica também o meu agradecimento para todos os amigos da Publicidade e Propaganda 2010/1 que trouxeram alegria e motivação para as minhas manhãs, e para a minha prima Juliana que me ajudou com as normas deste trabalho. Agradeço a minha cadelinha Lisa que levantava todas as manhãs comigo para me levar até o ponto de ônibus. E por fim, agradeço a minha admirável orientadora Jacqueline Ahlert que assim como Homer Boss foi para Anita Malfatti, ela foi pra mim, sempre acreditando no meu trabalho e no meu potencial.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Édouard Manet	14
Figura 2: Filipo Godoy Marinetti	18
Figura 3: O poeta Oswald de Andrade	20
Figura 4: Cartaz da Semana de Arte Moderna de 1922	40
Figura 5: Tipografia do Cartaz da Semana de Arte Moderna de 1922	41
Figura 6: Arbusto enraizado, no Cartaz da Semana de Arte Moderna de 1922	41
Figura 7: Nota introdutória da Revista Klaxon. P.1	43
Figura 8: Nota introdutória da Revista Klaxon. P.2	44
Figura 9: Nota introdutória da Revista Klaxon. P.3	44
Figura 10: Nota insistente	46

SUMÁRIO

RESUMO.....	8
INTRODUÇÃO	9
1 COMUNICAÇÃO E ARTE COMO EXPRESSÕES HUMANAS E CULTURAIS	10
1.1 Comunicação, arte e cultura e suas expressões na sociedade	10
1.2 A importância da propaganda e o seu uso ideológico	11
1.3 O nascimento da Arte Moderna	14
1.4 As Vanguardas	16
2 A CONSTRUÇÃO E PROPAGAÇÃO DO IMAGINÁRIO DA ARTE MODERNA BRASILEIRA	19
2.1 O estouro das Ideologias Futuristas e a sua chegada no Brasil	19
2.2 A renovação no impresso com a linguagem modernista e a propaganda do Brasil ..	23
2.3 A polêmica Malfatti e o impacto das suas imagens acusadas pela cor	27
2.4 O emblema 22 e a divulgação modernista	34
3 DA CONSTRUÇÃO DO IMAGINÁRIO A PROPAGAÇÃO IDEOLÓGICA.....	39
3.1 Introdução aos processos metodológicos da pesquisa	39
4 ANÁLISES	41
4.1 Rumo a formação de uma consciência nacional	41
4.2 – A descoberta do fogo e das raízes – Análise do cartaz da <i>Semana de 22</i>	42
4.3 Klaxon & Antropofagia	46
4.4 Fechamento das análises	53
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55
REFERÊNCIAS	56

RESUMO

O tema central desta monografia está relacionado à compreensão da propagação ideológica do modernismo no Brasil, através de seus respectivos movimentos artísticos. No decorrer do trabalho, procura-se conceituar e apresentar uma evolução da construção do imaginário modernista na mentalidade da população brasileira, salientando constantemente a Semana de Arte Moderna de 1922, evento este considerado como catalizador para a propagação destes conceitos. Brevemente colocam-se os procedimentos metodológicos utilizados da coleta de dados e formalização das ideias propostas. Nas análises, observam-se meios de comunicação e expressões do período estudado, percebendo-se que o meio impresso revista e cartaz na propaganda, foi um dos principais meio de disseminação das ideias modernistas no Brasil. Ao final do trabalho são apresentados os resultados das análises no fechamento e a essência da pesquisa de todo o trabalho nas considerações finais.

Palavras-Chave: Arte moderna; Modernismo; Propaganda Ideológica; Movimento modernista;

INTRODUÇÃO

A pesquisa do trabalho de conclusão de curso originou-se através da curiosidade em saber como o modernismo brasileiro transmitiu suas ideologias de renovação. Assim partindo desta pergunta criou-se o tema “A propaganda ideológica do movimento modernista de 20” pois o início do século XX foi de transformações, de novas ideologias entrando em contato com o Brasil, e a Arte Moderna que eclodia primeiramente na Europa possuía em sua vanguardas estéticas ideologias de renovação impactando o modo de pensar da sociedade em exclusivo sobre a cultura.

Desta maneira o objetivo geral da monografia concentrou-se em contextualizar de que formas o imaginário da Arte Moderna se propagou no Brasil, e com base no objetivo geral o trabalho se desenvolveu, estruturando o trabalho em quatro capítulos sendo o primeiro um resgate de conceitos sobre comunicação, arte cultura e propaganda aproximando desde o início os conceitos do tema

A partir do 2º capítulo há uma extensa procura de autores para abordar criticamente o tema, pois nesta parte fala-se da construção do imaginário do modernismo e seus primeiros acontecimentos isolados tidos como antecedentes mas que já se propagavam ideologicamente pelo Brasil, em especial em São Paulo pois a cidade estava deixando de ser província e ganhando ares de metrópole, e também pelo fato de os intelectuais que tiveram contato com a arte moderna europeia, serem paulistas como Oswald de Andrade e Anita Malfatti mesmo sem se conhecer.

Sendo desenvolvido por ordem cronológica os fatos, finalizando com a Semana de Arte moderna em que os artistas unem-se para traçar os rumos da independência cultural brasileira e prosseguir na propagação através de materiais como as revistas analisadas Klaxon – mensário de arte moderna em 1922 e a Revista de Antropofagia de 1928. Duas revistas escolhidas para serem analisadas histórica-culturalmente e ver o seu estilo de perpetuação.

Este trabalho foi concebido desta maneira para que uma parte da história do modernismo brasileiro fosse recontada, mas com uma outra visão sobre os seus fatos, no caso a visão da propaganda ideológica feita pelos intelectuais propositalmente ou não.

1. COMUNICAÇÃO, ARTE E PROPAGANDA COMO EXPRESSÕES HUMANAS E CULTURAIS

O primeiro capítulo possui conceitos que abordam a comunicação e arte como expressões humanas culturais, as diferenciações entre propaganda e propaganda ideológica e mais o nascimento da arte moderna e das vanguardas. Desde a primeira parte do trabalho, procurou-se aproximar os conceitos com o tema proposto. Para que tenha clareza na sua delimitação conforme o trabalho se desenvolveu.

1.1 Comunicação, arte e cultura e suas expressões na sociedade:

O ser humano desde o seu nascimento comunica-se através de qualquer gesto que demonstre seus sentimentos, opiniões, preferências e visões do espaço que o cerca. Segundo Bordenave (1983, p. 17) “A comunicação foi o canal pelo qual os padrões de vida de sua cultura foram-lhe transmitidos, pelo qual aprendeu a ser membro de sua sociedade – de sua família, de seu grupo de amigos, de sua vizinhança, de sua nação” Relacionando com o sentido desta colocação, enfatiza-se a importância da comunicação pela sua capacidade de sinalizar a existência do indivíduo.

Ao falar de importância, é interessante também abordar sua serventia. Nos termos da comunicação, para Bordenave (1983, p. 36), ela: “Serve para que as pessoas se relacionem entre si, transformando-se mutuamente e a realidade que as rodeia.” A partir deste trecho, vislumbra-se um dos papéis que a comunicação estima exercer. O processo da mudança de dentro para fora do indivíduo, que através da sua comunicação suponha-se que ocorra. Esta mudança pode ser exemplificada quando o cidadão comunica quem é, e o que pretende para a sociedade que está inserido.

De acordo com os autores Vestergaard & Schroder (1994) a comunicação se divide em duas categorias, a comunicação verbal e a não verbal, e exemplificam que a comunicação verbal provém do diálogo, da fala, mas no momento que acompanha-se a fala através de gestos e de posturas mediante a nossa forma de se comunicar ela passa a não ser somente verbal.

Para a fotógrafa Alice Brill (1988) a comunicação é feita de símbolos e códigos que dão significado para uma mensagem. E no caso, o homem enquanto ser racional e pensante, é capaz de codificar, ou seja, usar da linguagem escrita, falada, e as artes para manifestar-se e

assim construir símbolos que representem a sua cultura, ainda sobre linguagem falada e escrita, ela diz que o gesto e a voz do indivíduo identificam a sua época, cultura, a classe social, e em decorrência destes aspectos, também expressa-se sua procedência, personalidade, emoções e bagagem cultural.

Brill (1988) aborda outras linguagens que, quando comunicadas, expressam a cultura de uma sociedade. Linguagens que por sua vez, derivam das artes. A autora menciona neste contexto a música, a dança e as artes plásticas, dizendo que são capazes de expressar a cultura de um grupo. Brill relaciona música e dança como expressões artísticas da linguagem humana.

Contudo, Brill (1988) exemplifica a arte rupestre representada pelos homens das cavernas nos primórdios, em que as imagens deixadas tiveram uma função cultural e mágico-religiosa. A autora também fala que o desenho do animal nas cavernas, liga-se em um aspecto cultural das tribos primitivas. Pois tanto poderia expressar que o animal era um apelo mágico em proteção do grupo, quanto informar sobre as caçadas dos homens das cavernas. Transmitido através das imagens diversos significados sobre a humanidade.

É relevante esclarecer, depois de trazer as considerações de diferentes autores, que comunicação, arte e cultura são unidas em seu processo na sociedade. E para compreender a ação de uma, é necessário compreender a ação destas.

1.2 A importância da propaganda e o seu uso ideológico

O ato de comunicar costuma se estender nos meios que utiliza para levar uma mensagem ao público destinado, sendo uma das ferramentas de divulgar concepções percepções, referentes a algum acontecimento através das estratégias nem sempre realistas, mas ainda informativas é a propaganda. Conforme Ramos (1998, p. 12), “A propaganda é uma técnica de comunicação, a divulgar os benefícios de um produto, de um serviço ou de uma ideia.” Nesta definição técnica, observa-se que o autor define a propaganda como uma “técnica de comunicação” e também a sua diversidade que não se restringe apenas na venda basicamente de um produto ou serviço, mas como na difusão de ideias. Esta difusão costuma elaborar um conceito sobre algum tema relevante na sociedade, e assim a propaganda parece

ter o papel fundamental de despertar a consciência, senso de crítica e posicionamento do indivíduo.

No entanto Cabral (1991, p. 9) traça a opinião e complementa que “a sociedade moderna é movida pela propaganda. Praticamente todos os produtos atuais surgiram (não de necessidades expressas) – mas de necessidades latentes.”

A propaganda, inserida num processo histórico de longa duração esteve vinculada, nos primórdios, as culturas dominantes. De acordo com Lucilene Gonzales (2003, p. 27).

Antigamente as instituições religiosas eram as principais disseminadoras de ideias, pois entre o clero se encontravam os únicos habilitados a ler e escrever. Assim a propaganda assumiu um caráter de divulgação estritamente religioso para a conversão dos povos gentios [...] (GONZALES, 2003, p. 27)

E com o avançar do tempo a propagação aparenta ter ampliado seus poderes, no período apontado por Gonzales (2003, p. 28): “A Reforma protestante, o advento da imprensa, o surgimento das classes mercantis e comerciais, a descoberta de novos continentes e mais tarde, a Revolução industrial tiraram da Igreja Católica o monopólio das ideias”.

Presume-se depois de todo o progresso e o papel que a propaganda exerce, que ela não é feita somente da demonstração do lado bom absoluto e sim, impactando o problema para chegar até a solução, conforme exemplificado por Gonzales (2003 p. 29) a propaganda “escancara a realidade mostrando claramente seus aspectos negativos: propaganda contra o cigarro, as drogas, prevenção da AIDS.”

Neste aspecto que a autora aborda sobre a propaganda, vincula-se a propaganda de caráter ideológico, que, com o seu poder e influências, pode exceder-se em uma sociedade, a exemplo da propagação de doutrinas religiosas.

Para falar do processo de como a propaganda ideológica age em uma sociedade, inicialmente a doutora em Comunicação, Gomes (2008, p.78) situa uma característica que costuma fazer parte da dinâmica da propaganda ideológica: “A propaganda ideológica, permite disseminar, de forma persuasiva, para toda a sociedade as ideias de determinado grupo”.

O intuito de disseminar de forma persuasiva as ideias de um grupo pode-se associar com a propaganda ideológica. Pois, uma ideologia adquire maior consistência e credibilidade quando propagada. Uma contextualização histórica do uso da propaganda ideológica, Garcia (1985, p. 81) ratifica: “durante séculos, a Igreja procurou induzir seus fiéis a permanecerem

passivos perante os abusos e arbitrariedades em troca da felicidade a ser obtida no ‘reino dos céus’.

A religião não é a única evidenciada pelo autor Garcia (1985, p. 81) como detentora do usufruto da propaganda ideológica, ele faz um paralelo da inserção dela em volta da política e sociedade, quando diz que:

[...] merecem ser lembrados os exemplos de Napoleão Bonaparte e Getúlio Vargas que, embora em épocas e países diferentes, utilizaram a mesma tática de impor aos sacerdotes a obrigação de, em suas pregações, afirmar que o ‘bom cristão’ deveria observar as leis e obedecer às ordens e decisões do governo [...] (GARCIA, 1985,p.81)

Garcia (1985, p. 81) explana que a propaganda ideológica faz o seu “lar” de perpetuação em todos os tipos de instituições, sejam elas religiosas, políticas ou mesmo culturais e recreativas. Nos partidos, sindicatos, empresas, clubes e associações, a todo momento se está defendendo e disseminando as ideias inculcadas pela propaganda (Garcia, 1985,p.81).

Quanto as suas consequências a partir do momento que é difundida, a propaganda ideológica pode levantar duas importantes bandeiras dentro do efeito que provoca: a conscientização e a união. Para esta ideia, Garcia embasa que “a propaganda adquire aí um papel de instrumento de conscientização, permitindo a cada um dos envolvidos compreenderem melhor o contexto que o cerca e orientar sua ação em sentido adequado ao seu próprio desenvolvimento” (Garcia, 1985, p.82).

Garcia (1985) ainda toma como exemplo a classe operária, na qual somente quando um operário consegue compreender o sistema em que está inserido ele propaga a realidade para os demais e assim surge a união.

Conscientes do fato de que ocupam posição idêntica no contexto social é que podem organizar-se e mobilizar-se na luta pela melhoria de sua situação. Só com essa consciência e organização é que adquirem forças e condições para avançar e progredir econômica, política e culturalmente (1985, p.83).

Além disso, a forma com que a propaganda ideológica avança na sua mensagem para outros tipos de classe:

Pode ocorrer que o emissor apresente suas ideias sem pressão ou imposição. Simplesmente expõe suas convicções e argumentos e até mesmo confessa que se referem a seus próprios interesses, deixando aos demais a liberdade de aderir ou não. Estes, analisando as propostas, têm condições de avaliar até que ponto partilham os mesmos interesses, podendo apoiar ou sugerir alternativas. Essa seria a forma normal de transmissão de ideologias dentro de uma sociedade ideal, pluralista e democrática (GARCIA, 1985, p. 83).

Observa-se nestas concepções que o autor aborda, a propaganda ideológica como uma ferramenta de aproximação entre indivíduos unidos por pensamentos em comum ou desconhecidos até o momento em que são despertados dentro de um grupo.

1.3 O nascimento da Arte Moderna

Expressar sentimentos e expressar a vida em um toque, estes foram alguns dos fundamentos do despertar da arte para a modernidade, que se pronunciava no mundo na metade do século XIX, tendo como data exata 1870 com o início do impressionismo. A pintura academicista era vista como arte unicamente, não havia mais nada de novo que acompanhasse as modificações da sociedade. Foi então que essa realidade finalmente se transformou, com técnicas voltadas a sensibilidade e que representassem em especial a instantaneidade do momento e a suas particularidades. Uma arte viva, desafiadora e questionadora. Conforme Upjohn (1975, p. 114), a primeira fase da arte moderna e seus objetivos:

Assim os pintores impressionistas, para captarem melhor a realidade óptica essencialmente luminosa e momentânea, acabaram por se interessar principalmente pela natureza, pela luz incessantemente mutável da paisagem, pelos espetáculos

mais fugidios: as rebervações da água, as nuvens. Abandonando o *atelier*, instalando-se ao ar livre, aplicam a cor pura em pequenas manchas separadas, reconstituindo assim toda a luminosidade e movimento das coisas. (UPJOHN,1975, p.114)

Os propósitos que a arte moderna trazia já eram visíveis primeiramente nas telas impressionistas. Upjohn (1975, p. 116) comenta as distinções vistas nos retratos do artista impressionista, Édouard Manet:

Contudo esta obra-prima tratava um assunto frequentemente exposto nos Salões, o nu; mas os nus oficiais eram adocicados e idealizado, enquanto os de Manet é duro e realista; a carne surge-nos viva e sólida, ao passo que os pintores tradicionais parece encherem os modelos com algodão.

Nota-se que a superficialidade não se encontrava no traço modernista.

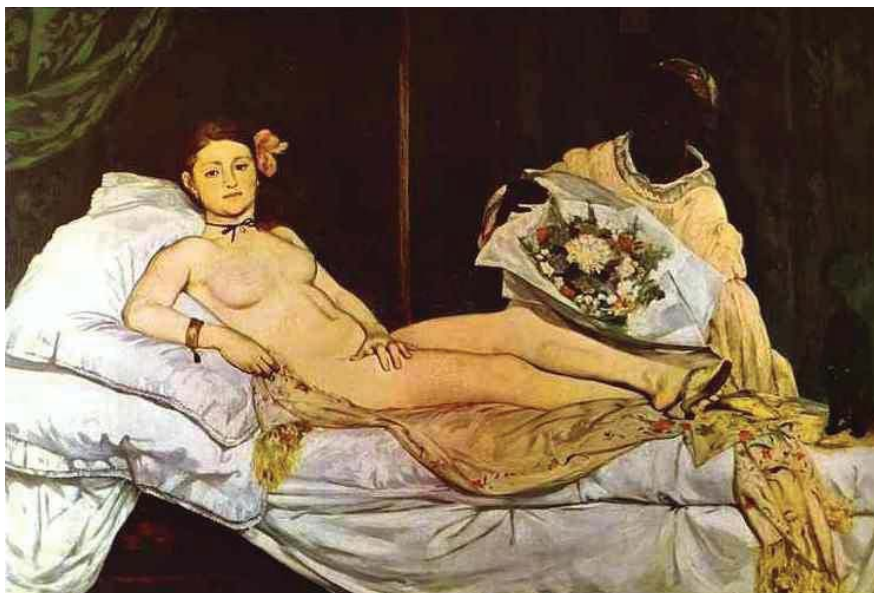


Figura 1: Olympia de Édouard Manet
Fonte: Museum Syndicate

A observação dos conflitos e das formas de cada sociedade e sua cultura, eram bases para um artista modernista refletir nas obras que executava. Canton (2002) complementa:

A arte moderna desliga-se dessa procura pelo belo e pelo real e liga-se diretamente à experiência da vida. Os artistas modernos almejam fazer uma arte que espelhe o seu tempo. O que une é um posicionamento, muitas vezes contestador e sempre inovador, diante das radicais mudanças trazidas pela sociedade industrial (CANTON, 2002, p.10).

Em relação ao impacto da sociedade industrial para o surgimento da arte moderna, Argan (2008, p. 185), menciona que: “A deliberação de fazer uma arte em conformidade com sua época e a renúncia à invocação de modelos clássicos, tanto na temática como no estilo”.

Através desse pensamento se tem uma clara ideia do nascimento da arte modernista, que compreende sua ascensão no final do século XIX e primeira década do século XX, trazendo uma crítica ao que se pensava ser arte até então. Não era focada no padrão, e no que as *Bellas Artes* traziam na sua essência. Se prezava muito mais transportar para as telas, esculturas, entre outras expressões artísticas, a realidade em movimento do que acontecia. A Arte Moderna vinha como uma “informação”, pois ela traduzia visões de mundo de modo mais enfático do que as produções de arte anteriores, o que estava ocorrendo numa sociedade em caráter diverso. Não era o bonito ou o figurativo apenas, e sim uma das modificações culturais e todo sangue que pulsava numa época de transformações nas indústrias, no comércio e um início de disparada no consumo.

1.4 As vanguardas

Normalmente quando a vanguarda passa a ser estudada é estudada, foca-se principalmente nos seus estilos estéticos. Como o Impressionismo, Fauvismo, Futurismo, Expressionismo, Surrealismo, Dadaísmo, Construtivismo Russo e etc. Mas para entender a essência da vanguarda, seria necessário compreender dois pontos de vista em volta da sua

etmologia e do emprego da palavra e significado “vanguarda.” O autor Subirats (1991, p. 50) traz uma definição de vanguarda feita pelo teórico de guerra, von Clausewitz, em que detalha, no seu tratado *Vom Kriege*, que vanguarda é “como uma força de choque cuja tarefa primordial constitua na destruição instantânea do inimigo”. Assim, Subirats (1991, p. 50) ressalta:

Esta característica de força de choque e de sentido destrutivo é também, entretanto, o princípio estético que desde o início definiu o empreendimento artístico e social das vanguardas. Basta recordar, a propósito, aqueles grupos de artistas como os dadaístas de Zurique e Berlim, os futuristas do Norte da Itália ou os cubistas franceses, que, em suas ações e manifestos, e sobretudo em suas exposições e experimentos formais, assumiram a provocação e o escândalo como finalidade artística.

Provocação e escândalo acabam gerando a ideia de “ruptura”, “choque” aos velhos padrões que costumam ser presentes ao falar de arte moderna, vanguarda. Subirats aborda o fenômeno negativo de relacionar o vanguardismo com a dureza de considerá-lo como “choque”: “Através desta estética do “choque” a própria experiência do sujeito se suprime e a expressão artística se converte numa forma impositiva de comunicação.” (Subirats, 1991,p.51).

Porém, Subirats (1991, p. 52), ao mesmo passo que fala o lado negativo da vanguarda, também comenta a contribuição positiva que ela teve para a arte, como um despertar iluminístico: “as vanguardas foram ao mesmo tempo, um fenômeno cultural altamente positivo, voltado para o futuro, afirmador de novos valores, antecipador, utópico e mesmo profético.” O autor usa do vocábulo “fenômeno” tanto no positivo como negativo para se referir ao processo da vanguarda, o que pode ser realmente visto como fenômeno. Afinal se olhar como ocorreu e quais eram suas propostas e como foi sua repercussão, considerar como fenômeno, traz toda uma concordância na sua denominação.

Os efeitos da vanguarda na arte tiveram um período para mostrar o que eram e o que queriam representar. O autor Nikos Stangos declara a ideia de movimento nas artes, e como foi o segmento para as vanguardas estéticas serem reconhecidas:

O questionamento e a rejeição do passado – com frequência pouco mais que mera postura, porquanto muitos artistas, a despeito do que apregoavam, não só estavam mergulhados na tradição, mas também faziam uso direto dela em seu trabalho –

equivaleam a uma verdadeira revolução. Embora essa paixão antitradicional pela renovação e pela mudança fosse típica de todas as artes, ela foi mais patente nas artes visuais, e foi nelas que primeiro prevaleceu e, depois, lentamente conquistou uma aceitação pública mais geral (Stangos,1991,p.7).

Através dessa declaração do autor, pode-se notar que as vanguardas traziam um sentido de renovação por completo, passando a não ser simplesmente uma nova técnica artística, mas como uma maneira diferente da arte se comportar e expressar os seus conceitos.

2 A CONSTRUÇÃO E PROPAGAÇÃO DO IMAGINÁRIO DA ARTE MODERNA BRASILEIRA

O segundo capítulo enfatiza historicamente o tema, sob o qual utilizou-se de autores que refletissem sobre os reais motivos que levaram a Arte Moderna ter acontecido em São Paulo, e também se propõe a avaliar os pontos de vista e contribuições distintas dos autores. Neste capítulo também será apresentada as etapas da construção do imaginário da Arte Moderna e os modos de como foi se propagando ideologicamente.

2.1 O estouro das Ideologias Futuristas e a sua chegada no Brasil

Acredita-se que toda transformação é acompanhada de uma ideologia e estratégia que sustente seu propósito. Em 1909, eclodia no jornal francês *Le Figaro* o “Manifesto futurista” originado do pensamento do jornalista e político: Fillipo Tommaso Godoy Marinetti. O manifesto futurista não serviu unicamente como um movimento ideológico refletido no campo das artes. Segundo a autora Fabris (1987, p.77) o futurismo ambicionava criar “ o homem novo, o homem filho do novo século e das grandes descobertas científicas”. Nesta afirmação da historiadora, percebe-se que o futurismo vinha como um despertar perceptivo, uma atualização do homem diante das modificações acontecidas pelo mundo e em especial no seu espaço.

Abaixo, um pequeno trecho dos manifestos:

É para a Itália que nós lançamos este manifesto de violência agitada e incendiária, pela qual fundamos hoje o *Futurismo*, porque queremos livrar a Itália de sua gangrena de professores, de arqueólogos, de cicerones e de antiquários” (Marinetti, In: TELLES, 1983, p. 92).¹

O manifesto futurista trouxe consigo algumas denominações consideravelmente pejorativas relacionadas com a sua proposta. Denominações que quando lidas aparentavam uma arte “perdida” quanto à sensibilidade. Termos como Iconoclastia, Destruição, e Ruptura-este termo perdura toda vez que se mencionam o futurismo e modernismo brasileiro – farão

¹ Cf. *Le Figaro* nº de 20 de fevereiro de 1909. In: *Futurismos/Manifestos de Marinetti e seus companheiros*. Prefácio de Graça Aranha, Rio de Janeiro, Pimenta de Mello e Cia 1926).

parte das explicações sobre a ideologia dos manifestos da arte modernista, em especial no Brasil com a divulgação ao público sobre os “novos conceitos” de arte na Semana de arte moderna de 1922.

Fabris (1987), defende a ideia de que o ideólogo Marinetti trouxe uma estratégia com o futurismo, importante para o entendimento de arte. Marinetti esperava que as pessoas não contemplassem a lógica exterior de uma obra e sim entrassem em sintonia com o interior dela e passassem a compreender o que estava fundamentado na sua criação, o além do conhecido, desvendar quais os ideais que fazem parte da obra. O choque que o futurismo provocava nas obras era justamente para que o indivíduo refletisse e se desse por conta que a “destruição” das velhas formas de olhar a arte não era uma morte e sim um despertar para a sua vivacidade.

Segundo Telles (1983) o jornalista Marinetti, escreveu inúmeros manifestos futuristas em volta do campo das artes e também sobre mulheres, moral e luxúria. Os manifestos e conferências que realizava causavam polêmicas, escândalos e distorções quanto a sua real intenção. No Brasil estas visões equivocadas foram ainda mais intensas quando os primeiros intelectuais modernistas apresentaram o futurismo como influência nas vanguardas.

Telles (1983), apresenta dados relevantes a respeito da vida de Marinetti. Deste autor, cabe citar:

Esse italiano de formação cultural francesa nasceu no Egito. Seu pai, advogado italiano, ali chegou por volta de 1869 na ocasião da abertura do canal de Suez, quando as terras do Nilo atraíam grandes capitais estrangeiros. Meteu-se na legalização dessas terras e acabou acumulando grande riqueza, propiciando ao jovem *Tom* uma infância luxuosa em Alexandria onde estudou com os jesuítas e onde fundou sua primeira revista estético-literária, o *Papyrus*. Chegou a Paris em 1893, estudando no Sorbonne, frequentando as boêmias intelectuais e fazendo grandes amigos entre decantistas e simbolistas empenhados na teoria do verso livre, de que logo se faz adepto (TELLES, 1983, p.84).



Figura 2: Filippo Godoy Marinetti

Fonte: DALMONTE, 2013, p.1

Através deste relato, observa-se que o ideólogo tinha uma educação abrangente que entrava em contato com demais culturas, o que possivelmente ajudou em sua concepção visionária de mundo e para uma elaboração objetiva dos manifestos futuristas. Algo que vale também ressaltar no texto de Telles (1983), é que Marinetti fundou uma revista em que poderia expor suas criações e ideias. Suponha-se que estes fatos tenham inspirado ainda mais os artistas modernistas brasileiros, na saga por uma cultura atual da arte que se refletisse no comportamento e percepção da sociedade.

No território brasileiro o impacto do futurismo parece ter começado quando o poeta paulista e também jornalista Oswald de Andrade voltou de uma viagem feita para a Europa em 1912. Brito (1971) denomina Oswald de Andrade neste ano como o importador do futurismo, e o autor explica em seu livro o sentido de importador, dizendo que o jovem brasileiro no caso o escritor Oswald, estava inspirado pelos ideais futuristas revelados para ele em Paris. Ideais que se refletiam na literatura, cultuando uma revolução contra o academicismo e a favor das palavras em liberdade na escrita.

Brito (1971) prossegue em sua abordagem dizendo que poetas franceses como Paul Fort, abriram a visão de Oswald de Andrade sobre os versos livres do conservadorismo. Pois o escritor, não se adequava a métrica dos versos e julgava o uso, considerando a regra da métrica, como subordinação na escrita. O autor ainda diz que para Oswald as influência futuristas partiam primeiramente do poeta Paul Fort mais ainda do que de Marinetti, e que

futurismo viria ser uma palavra de sentido para mover a revolução que iria comandar, no caso o modernismo nas artes brasileiras tendo como primeiro ponto de partida as novas formas de escrever.

Observando os resultados da inspiração de Oswald de Andrade em meados do ano de 1912, Brito (1971) menciona seu poema urbano, mais lírico do que romântico, no qual ele usou a ideia dos versos livres, mas que por retenções provocadas ao estilo, a cópia original foi jogada fora. Esta cópia intitulava-se *Último passeio de um tuberculoso pela cidade, de bonde*. Brito (1971, p.30) ressalta o trecho de um depoimento de Oswald de Andrade referente a aceitação deste poema “ Ao lê-lo ou ouvi-lo perguntavam, invariavelmente, da métrica e da rima...”. Dá para observar que as ideias de “choque” do futurismo apresentadas inicialmente no texto, começam a aparecer nas opiniões. Na imagem a seguir, apresenta-se foto do autor Oswald de Andrade:



Figura 3: O poeta Oswald de Andrade
Fonte: DALMONTE, 2013.P.1

2.2 A renovação no meio revista com a linguagem modernista e a propaganda do Brasil

Entre as mudanças provocadas pelos ares modernistas realçados pelo movimento futurista, nos primeiros anos do século XX, o impresso começou a caminhar por transformações acompanhadas de uma consolidação da propaganda brasileira. As modificações não só estavam integradas na comunicação e cultura, como inseridas na sociedade, voltadas ao consumo, política e comportamento. E estas mudanças no panorama social brasileiro, tem a cidade ainda provinciana de São Paulo como cenário.

Quem contextualiza estas afirmações é o autor Cadena (2001, p.15) quando relata no seguinte trecho:

... a pacata cidade, que na passagem do Império para a República era apenas a sexta do país em população, na virada do século seria a segunda e, após a 1ª Guerra Mundial, a maior urbe brasileira. Cem anos depois da chegada da família real (em 1808), marco do desenvolvimento de nossa identidade, a propaganda, enfim encontra um grande nicho (CADENA, 2001, p.15).

É relevante a comparação do dado histórico que o autor menciona, com a expansão dos vários aspectos modernistas que estavam vindo para São Paulo, visto que em 1808, ocorreu a “abertura dos portos” e alguns anos mais tarde a independências da colônia. Depois de cem anos isso não passou a ser diferente, pois estava se travando outra independência que desta vez era cultural e pretendia abandonar a “colônia” da Belle Époque e o “império” academicista.

O historiador Brito (1971, p.32) também faz uma crítica sobre este tempo: “O Brasil avançava materialmente, aproveitava-se dos benefícios da civilização, mas no plano da cultura, não renunciava ao passado. Estava preso aos mito dos formais”. Justamente por estar preso assim como Brito coloca, estava na hora de o país usando São Paulo como o local de maior influência, se libertar e utilizar-se de meios para mostrar os avanços e o novo que emergia na sua urbanização e industrialização crescente.

As revistas ilustradas foram como um ponto de partida para divulgar e mais ainda, propagar, como a sociedade em especial a Paulista, estava mudando. De acordo com Cadena (2001, p. 16), “na virada do século, o veículo jornal ainda é a mídia tradicional, tendo as revistas ilustradas como alternativa, estas, porém, ainda sem a força e status adquiridos a

partir do lançamento de *O Malho*, em 1902.” As revistas repercutiram a ponto de se multiplicarem e passarem a focar em um público alvo específico, isso é o que Cadena (2001, p. 16) relata: “ surgem *O Malho*, *Kosmos*, *Fon Fon*, *Careta*, *Ilustração Brasileira*, *Vida Paulista* e *A Lua*, revistas voltadas para a família e que atingem muito em particular a mulher.”

Tendo um público definido, a qualidade das publicações era algo que se buscava e Cadena (2001) sustenta:

O anúncio a traço praticamente desaparece dessas publicações. Anunciantes recorrem a caricaturistas e ilustradores, em geral contratados pelo próprio veículo, e o anúncio torna-se descontraído, bem-humorado, às vezes caricato, em sintonia com o perfil editorial das revistas. Nesta década, com o incremento das revistas, a propaganda descobre a importância da imagem (CADENA, 2001, p.16)

Com relação a transformação das revistas no decorrer do tempo e a evolução modernista do século XX, em uma edição bibliográfica sobre a trajetória da revista no Brasil, contada pelo jornalista Civita (2000) que fala na sua obra sobre a importância da imagem exemplificando o poder das capas das revistas do qual costuma-se ser um desafio para os editores, na questão de como criar um “rosto” que entre centenas de outros vão seduzir quem vai a banca para comprar uma revista, tendo-se a ideia de que as boas capas vendem e consagram uma publicação.

Argumenta-se depois desta colocação, que se a capa consagra uma publicação, deve-se ao fato de expressar tanto na imagem quanto nas palavras, o atual momento de uma sociedade. O que pode immortalizar um período histórico.

Entretanto Civita (2000) ressalta que “são insondáveis os mecanismos que levam o leitor a escolher esta ou aquela publicação.” Afinal, por mais que as revistas sejam um conjunto de texto e imagem, elas possuem suas particularidades na hora de escolher para comprar. Particularidades que vão desde o impacto da chamada ao impacto da ilustração, ou seja, "insondáveis" como o autor se refere.

Contudo existe uma observação importante feita por Civita (2000) sobre o “comunicar com ilustrações”. Segundo o jornalista, revistas como *A Ilustração brasileira*, *Fon-Fon!* E *A*

Cigarra traziam muito as características da *Belle Époque* em seus desenhos nos primeiros anos do século XX, às vezes vinham com referências da *Art Nouveau* para temperar. Os temas que a revista trazia, eram sobre fatos históricos e festejos de acontecimentos importantes. Mas um dos temas preferidos era a mulher em pose contemplativa tratada como um espelho para a época.

Nota-se depois deste contexto apresentado por Civita (2000), não um estilo de arte e revista, mas como uma forma de comportamento. O Brasil ainda estava preso aos refinamentos da *Belle époque*, mas já demonstrava ter a mulher como público alvo, assim como Cadena (2001) havia dito quando se referenciou ao crescimento das revistas ilustradas e a propaganda brasileira neste período. Quando o texto da Editora Abril, fala do “espelho para a época” volta-se para o comportamento. A mulher que estava regrada a seguir os padrões europeus retratados numa pintura de salão, formatados nos moldes da academia.

Entretanto, logo inicia-se um processo de abandono dos ares *Belle époque* nas revistas, para dar o lugar aos ares modernos, e assim, posicioná-los como realidade da época. De acordo com Civita (2000) os artistas tomavam liberdades em seus trabalhos adotando as influências do *art déco* e das pinceladas fortes do expressionismo para trazer as nuances das ilustrações. O lápis muito bem afiado pelos caricaturistas acabou trazendo mais contribuições aos desenhos do que a própria pintura.

Observa-se nesta citação do autor, que os artistas estavam captando a proposta modernista. Primeiro que a liberdade é parte da alma modernista, e segundo deve-se ao fato de que as vanguardas como o expressionismo, estavam fazendo parte dos formatos dos desenhos. Provável que estivesse sendo criada uma “cara” do “sujeito moderno” nas revistas, assim não era apenas uma ilustração como uma informação do que era a época, estampada nas revistas. Civita (2000) ainda cita o artista plástico carioca Di Cavalcanti como um dos caricaturistas de revista que criava capas marcantes. Segundo o autor, suas imagens refletiam com lirismo ou ironia o ideal de cosmopolitismo das revistas de variedades dos anos 20, entre elas a revista *O Malho*.

Nota-se neste trecho do jornalista (2000), que artistas plástico com influências modernistas, como o Di Cavalcanti, supostamente queriam não somente trazer para as telas o ideal do “novo mundo”, mas como também para os meios impressos e no caso o meio revista. A revista que poderia trazer o encanto da estética da sua imagem, combinadas com a informação e a propaganda de um novo brasil, de uma nova São Paulo.

No entanto o escritor Oswald de Andrade, pode ser uma forte referência do avanço modernista no impresso, tendo em vista o seu periódico *O Pirralho* criado em 1911 em São Paulo. Neste periódico podemos ver uma evolução cultural em estilo de linha do tempo. Segundo a autora Rezende (1993) na sua primeira edição era um quinzenário satírico, caricaturesco com as influências da *Belle Époque*. Em uma segunda fase havia uma sessão assinada por Juó Bananere, um engenheiro civil chamado Alexandre Marcondes Machado, que tentava reproduzir o falar popular dos imigrantes italianos e misturava de uma forma divertida e criativa o português e italiano, o que alcançou sucesso.

Cabe ressaltar nesta citação da professora Rezende, que nos finais do século XIX e início do século XX chegava ao Brasil para trabalhar na agricultura e indústria os imigrantes italianos. E nos primeiros anos do século XX, o número crescia ainda mais por conta da industrialização de São Paulo com sua forte precisão de operários, e os italianos vinham trabalhar e acabavam construindo famílias. Deixando o País ainda mais diverso em sua cultura.

Contudo, Oswald de Andrade, após ter feito sua poesia *Último passeio de um tuberculoso de bonde, pela cidade* e ter sofrido com retaliações de quem não entendia as influências futuristas na poesia e o novo estilo, Brito (1971) fala de uma edição de 1915 de *O pirralho* em que Oswald de Andrade incentiva os jovens pintores a se incorporarem ao meio que vivem, à suas vidas, descobrir os tesouros da cor e da luz. Manifestar na arte a nacionalidade. Dá para observar nesta fala de Brito, que Oswald já propagava ideais modernistas em volta do nacionalismo, do sentido de os artistas buscarem o novo dentro das suas próprias raízes brasileiras. E no seu periódico, depois de ter conhecido a essência da arte moderna e a vanguarda futurista, Oswald tem plena consciência da ideologia que queria defender e provavelmente persuadir nos leitores. No entanto, Rezende (1993) cita uma afirmação de Vera Chalmers, que estudou o jornalismo de Oswald de Andrade, em que ela diz que o periódico *O pirralho* “ não ultrapassou o decoro de uma publicação para gente bem educada” e Rezende concorda que o periódico não aportou maiores contribuições à vida cultural.

Nesta questão, parece que o periódico não incentivava um movimento de renovação cultural, mas Brito (1971, p.35) defende que “ O Oswald de Andrade de 1912 e o de 1915 já são o prenúncio do que inventaria o movimento “Pau Brasil” – produto da cultura européia e nacional, que outra não é, mesmo, a nossa contingência do povo, e principalmente nesse período de nossa história artística e cultural.”

Brito aponta o período de 1912 e 1915, como correspondentes aos anos em que Oswald viaja para a Europa e tem contato com a vanguarda futurista e por fim 1915, ano em que ele dá o incentivo para os jovens pintores em *O pirralho*, buscarem a nacionalidade nas pinturas, sem *Belle époque* e o academicismo. O que mostra um Oswald modernista e afim de revolucionar a cultura de seu País.

Civita (2000) fala do poder que possuem as revistas no Brasil. Tratando-se de que nas páginas das revistas brasileiras são expressados os valores da espiritualidade, da sensualidade, do ritmo ou da cor, da busca do prazer ou da beleza. O autor salienta, que mais do que isso, se dá ao fato de constituir a singularidade de uma nação em diferentes épocas, retratando e mantendo as raízes e os valores de ser brasileiro.

O dizer do jornalista e empresário Roberto Civita, que há anos trabalhou administrando e dirigindo o Grupo Abril, parece demonstrar uma percepção acerca do que vivenciou no mundo das revistas e do que acompanhou nas suas produções, frisando a importância de manter a revista como um documento histórico de um povo e a sua mutação cultural.

2.3 A polêmica Malfatti e o impacto das suas imagens acusadas pela cor

Os antecedentes do modernismo brasileiro antes e a partir dos anos 20, costumam ser nomeado por autores em seus livros (como estes citados até agora) por “período heróico”. Possivelmente o que deriva esta denominação é pelo fato de ter sido anos em que houve produções, lutas e confrontos com a crítica que era resistente em conhecer as formas, cores, linguagens e ideologias do modernismo.

O sentido heróico diante de privações e polêmicas, começa com a artista plástica paulista, Anita Malfatti. De acordo com o historiador Brito (1971), Anita era filha de um engenheiro italiano naturalizado brasileiro e que foi deputado na primeira assembleia legislativa, nos anos 1892-1894. Anita frequentou a Escola de Belas Artes de Berlim.

Através desta introdução feita por Brito sobre a artista, inicia-se uma vida de descobertas e desafios para a pintora:

Fiquei infeliz porque a emoção não era de deslumbramento, mas de perturbação e de infinito cansaço diante do desconhecido. Assim passei semanas voltando diariamente ao Museu de Dresden.”²

Depois deste relato feito por Anita, nota-se que a arte moderna e as ideologias futuristas já estavam fazendo parte da artista. Pois para Anita ter sentido uma perturbação, é sinal de que o seu interior teve uma conexão com o interior das obras que viu na visita em Dresden, e como foi comentado em conceitos anteriores, o futurismo tem a ideologia de trazer o impacto do sentimento da alma da obra e não apenas a sua estética externa para contemplação.

Anita, em um primeiro momento, ao estar impactada com as obras que avistou, evidencia-se que tenha se desligado da sua condição de estudante de artes, para exclusivamente a de espectadora reflexiva. Aumont (2002) explica que o olhar do espectador não tem a finalidade de ser neutro e transmitir apenas os dados fiéis daquilo que ele vê, e sim mais do que isso, no caso, de o olho ser o encontro do cérebro com o mundo.

Suponha-se então, que Anita Malfatti tenha tido este primeiro contato como espectadora. E este acontecimento impactante que teve, pode ter servido como uma meta para as suas telas. A meta de que o visitante fosse espectador, interagindo com o olhar nas obras e assim consequentemente acionando seus sentimentos tanto intrínsecos quanto os desconhecidos, os novos.

Nesta questão, o autor Aumont (2002) fala que são muitas as determinações e até contraditórias que intervêm com o sujeito em contato com a imagem, dizendo que “ Além da capacidade perceptiva, entram em jogo o saber, os afetos, as crenças, que, por sua vez, são muito modelados pela vinculação a uma região da história (a uma classe social, a uma época, a uma cultura)” (Aumont, 2002, p.77).

Ir além do limite da percepção parece ter sido algo que impulsionou Anita nas suas pinturas, após sua chegada em Berlim. Batista, 1972. 401p.), S. Paulo, n.1, 1939:

² Os Autores (1972, p.41) extraíram em suas pesquisas um depoimento publicado por Anita na RASM (Revista Anual do Salão de Maio) em São Paulo, n.1, 1939 no qual ela comenta suas experiências logo quando ela foi estudar na Europa, e relata o impacto da sua chegada

Desenhei seis meses dia e noite. Um belo dia fui com uma colega ver uma grande exposição de pintura moderna. Eram quadros grandes. Havia emprego de quilos de tinta e de todas as cores. Um jogo formidável. Uma confusão, um arrebatamento, cada acidente de forma pintado com todas as cores. O artista não havia tomado tempo para misturar as cores, o que pra mim foi uma revelação e minha primeira descoberta (RASM, 1939).

No depoimento da artista, observa-se seu empenho em querer formar o seu traço dentro daquilo que estava fascinando ela principalmente por dentro. Anita parecia insaciável na busca não só de uma identidade para as suas imagens, mas como conhecer e construir a sua própria identidade. A crítica de arte Amaral (1982, p.14) condiz com este fato:

Um dos pontos que sempre me intrigou na personalidade controvertida da precursora da pintura moderna no Brasil foi a sua escolha da Alemanha, e depois, em segunda viagem, dos Estados Unidos, para estudo de pintura, pois, se surpreende a lembrança da moça suave e tímida de uma pequena cidade provinciana, como a São Paulo de então, embarcando sozinha em longa viagem, o que não se pode adivinhar dos obstáculos por que deveria ter passado a fim de realizá-la? Entretendo na formação da personalidade de Anita, o desafio aparece curiosamente como uma necessidade de afirmação, talvez diante de si mesma, dos outros e do mundo [...] (AMARAL, 1982, p.14).

Pelo que se percebe, intriga na autora a ousadia de Anita Malfatti. A ousadia em ter saído da acomodação do comportamento social provinciano de São Paulo, e ter ido se expressar na arte europeia que estava em “barulho” com as suas vanguardas. E depois de ter sido espectadora do que a arte representava do mundo novo, de ali ter passado a se desafiar nos desenhos e cores que foi descobrindo e dos ares que passaram a inspirá-la, e artista se encontrou. Sabendo o que residia dentro dela e qual seria sua contribuição para o seu país e estado de origem, que nas artes e consciência nacional ainda estava atrasado diante da velocidade que vinha com a indústria. Possivelmente Anita, queria trazer o seu estado de desacomodação, para as pinturas brasileiras que ainda estavam segmentadas no academicismo.

Aumont (2002) fala que o espectador constrói a imagem e a imagem constrói o espectador, ou seja o espectador é parceiro ativo da imagem em um consenso emocional e cognitivo. E o escritor ainda ressalta que a imagem exerce um poder psíquico nesta troca de sentimentos entre obra e pessoa, ou vice-versa

Pode-se ver nesta colocação de Aumont, que o contato com a arte moderna surtiu efeito na vida tanto pessoal quanto profissional de Anita, pois evidencia-se ter mexido com o seu estado de espírito, aflorando acima de tudo o seu talento e prazer pela pintura.

O historiador Brito (1971,p.41) também faz recortes deste depoimento de Anita para a RASM e em uma das falas dela que o autor destaca, é “ A luz do sol é composta de três cores primárias e quatro derivadas. Os objetos se acusam só quando saem da sombra, isto é, quando envolvidos na luz.”

Com relação a este pensamento da artista, nota-se as novas perspectivas que passaram a fazer parte do seu trabalho, e principalmente do estilo que adota. As influências das vanguardas podem ter sido importantes nas suas criações, mas o que desencadeia o novo olhar de Anita Malfatti é a descoberta de que tudo o que antes ela tinha ideia de ser arte, estava em um período de escuridão em que só se via o superficial, tangível.

Os impactos que Anita teve como espectadora e estudante em Berlim, aparentam ter iluminado sua alma e assim ter feito com que ela conhecesse novas formas, novas cores e novos propósitos. E de modo fundamental ter despertado não só a sua consciência de artista mas como a de brasileira. Nascia então uma Anita que assim como o escritor Oswald de Andrade, também poderia ser uma importadora do olhar futurístico ao Brasil, só que ao invés de ser nas letras, seria no impacto das imagens que ela traria.

Brito (1971) também se refere ao nome Anita Malfatti como o “estopim do modernismo” compreendendo o tempo que ela estudou em Berlim até a sua volta no Brasil em 1914, quando realiza sua primeira exposição de trabalhos até então realizados. Algo que o autor cita do depoimento de Anita, é “Só me perguntavam pela Mona Lisa, pela glória da Renascença italiana e eu.. nada.” Observa-se nesta fala da artista da qual o autor ressalta, um descontentamento com a visão atrasada que os brasileiros tinham por arte, diante de tudo aquilo que ela tinha apreciado e estudado em Berlim.

Segundo Brito (1971) a primeira exposição da artista plástica , foi em São Paulo no mês de maio de 1914 na Rua 15 de novembro nº 26, primeiro andar da Casa Mappin. Como primeiro contato com o público e os seus quadros, o jornal “O Estado de S. Paulo” manifestou uma crítica sobre a exposição. Mas que na visão do historiador, a crítica não foi lisonjeante pelo fato de o jornal ser sabidamente cauteloso. Quem fez a crítica parece ter sido um amigo de Anita e de sua família, um jornalista e crítico de pintura tradicional, chamado Nestor Rangel Pestana.

De acordo com Brito (1971) a crítica feita no jornal “O Estado de S. Paulo” teve dois contrapontos, um que dizia que a artista não se limitava em “imitar” superficialmente os mestres alemães, mas que os seus estudos em Berlim tinham espontaneidade, vigor na expressão e largueza de execução.

Um ponto positivo que o historiador Brito encontra na crítica feita é de a nota não ter sido assinada. O autor supõe que tenha sido o amigo da família Nestor Rangel Pestana, que era influente na imprensa paulista, mas não tendo um nome específico a análise fica como se fosse do jornal, e entrava na questão da responsabilidade da sua redação, dando uma “mão forte” para a artista que ainda era uma estudante, o que se tornava um destaque para a sua carreira inicial.

Depois do período de descobertas e sua primeira exposição no Brasil, Brito (1971) considera que a artista teve um segundo período de aprendizagem nos Estados Unidos, na *Independence School of Art*. Nesta escola de arte, Anita teve aulas com um filósofo que ela considerava incompreendido chamado Homer Boss, e do qual deixava ela e seus colegas pintar à vontade, sem horários fixos e na base de aventuras e na vida em movimento para inspirar.

Com relação ao modo de ensinar do professor de Anita, Brito (1971) fala que a personalidade da artista se firmou neste tempo. Pois Homer Boss, era do tipo que aticava seus aprendizes para que descobrissem seu temperamento e proporcionava aos alunos uma aquisição de confiança em si mesmos.

Prova disto, esta na fala de Brito:

Homer Boss punha os alunos em contato com a natureza e com a própria vida. Integrava o artista nos segredos do mundo enquanto cosmos e enquanto ambiente para a convivência humana. Certa feita, o seu grupo de estudantes passa quatro meses na Terra do Labrador, morando num velho barracão de pescadores.. (BRITO, 1971, p.45)

Observa-se que o artista, procurava fazer com que os seus discípulos mantivessem o contato com a simplicidade. Aparenta que para Homer na fase de criação, a alma deveria transcender o corpo para que assim, houvesse vida nas obras. Dá para perceber que nesta época, Anita estava potente em produzir uma arte oposta aquilo que ela via antes de viajar

para Berlim, ou aquela arte comparada a divindade da Mona Lisa, fechada em um pensamento retrógrado. Anita Malfatti poderia se considerar uma artista modernista de olhar futurístico.

Contudo, Brito (1971) diz que para a artista plástica não bastava apenas o contato com a ira e tranquilidade da natureza, e a beleza do seu cenário. Era indispensável o convívio com demais artistas de outras artes. Como músicos, poetas, bailarinos e etc. O autor ainda destaca que nos Estados Unidos, Anita passa a manter contato com intelectuais refugiados russos e franceses por causa da 1º guerra mundial na Europa.

Anita então passa a conhecer outros pontos de vista e embasamentos que sustentem todas as suas descobertas e paixões pela arte. A troca de experiências acrescentou na sua bagagem cultural, o que depois é visto na sua atitude como modernista brasileira.

Por fim, Anita Malfatti volta para a sua terra natal, São Paulo. Brito (1971) fala que na sua volta, a artista estava em um momento de sonhos, luz e cor. Contento por ter encontrado a escola de artes que sempre sonhara.

A data é 12 de dezembro de 1917. Ano que os autores usam como peça chave do modernismo, por conta da polêmica exposição de Anita Malfatti. Mas segundo a autora Rezende (1993) houve um outro fato marcante, que foi a aproximação afetiva e intelectual dos escritores e jornalistas: Mário de Andrade e Oswald de Andrade, dois intelectuais que de acordo com a autora, deram formas, ideias e impulso para a Semana de 22.

Entretanto voltando para a exposição de Anita, a autora Rezende (1993) diz ter reunido 53 trabalhos seus e de outros artistas com quem compartilhara as experiências nos Estados Unidos entre 1915 e 1916. Rezende ainda fala que nas telas dos americanos de notava as influências cubistas, mas nas de Anita a influência forte era a expressionista.

Rezende (1993) fala que nos primeiros dias da exposição a crítica foi com a da sua mostra de 1914. Comentários sobre a estranheza dos quadros e a sua distância dos métodos clássicos. A autora ressalta que naquela época os jornais exerciam uma arrogância paternalista na crítica de obras, sobre jovens artistas.

No entanto um artigo crítico e que pelas ideias defendidas viria a marcar a exposição de Anita em 1917, surge. O título da crítica se chamava “Paranóia ou mistificação?”, de autoria do escritor Monteiro Lobato, registrado no jornal “O Estado de S. Paulo” edição da noite. O historiador Brito (1971) inclusive diz que a crítica traumatizou para o resto da vida Anita Malfatti mas mesmo assim fortificou o nome da artista.

De acordo com a literária Rezende (1993) Lobato atacava o ponto central que era a arte moderna. E na época a arte moderna estava sendo compreendida como “anormal”, não só no Brasil mas em outras partes do mundo ela tendia a ser confundida com a loucura.

Em decorrência do termo loucura comparado a arte moderna, Rezende (1993) diz:

Lobato representante do pensamento oficial, defensor do naturalismo e do nacionalismo em arte diz no seu artigo haver “duas espécies de artistas. Uma composta dos que vêem normalmente as coisas e em consequência disso fazem arte pura, guardando os eternos ritmos da vida, e adotados para a concretização das emoções estéticas, os processos clássicos dos grandes mestres. [...] a outra espécie é formada pelos que vêem anormalmente a natureza e interpretam-na à luz de teorias efêmeras sob a sugestão estrábica de escolas rebeldes surgidas cá e lá como furúnculos da cultura excessiva [...] (REZENDE, 1993, p.17)

Conforme este trecho que a autora cita, é destacada a incompreensão de Monteiro Lobato quanto a arte moderna, e notória sua defesa ao padrão clássico e academicista. A exposição de Anita não era o único ataque. Era um ataque, uma briga que Monteiro Lobato poderia estar comprando com qualquer manifestação anterior a exposição de Anita, como por exemplo as inovações futuristas literárias de Oswald de Andrade.

Entretanto Rezende (1993), traz dois contrapontos sobre o peso da crítica de Monteiro Lobato. A autora diz que a violência da crítica, vinha por Monteiro ser um pintor frustrado, e também por ter sido porta voz de Nestor Pestana, dono do jornal “Estadão” e amigo da família que estava inconformada pela autonomia da artista. A autora ainda ressalta o quadro que o Brasil se encontrava naqueles anos, como um país pré burguês, rural e com o pensamento rígido e arcaico. A modernização segundo a autora, promovia uma alternância no valores e comportamento.

Com esta colocação da autora, dá para analisar que Monteiro Lobato serviu apenas como uma figura que levou para a escrita, a imagem e pensamento de um País que não estava atualizado culturalmente

Em contrapartida Rezende (1993) fala que Lobato no entanto não era o tão somente um escritor sem sensibilidade, pois por mais que ele não tenha se engajado no movimento modernista, ele publicou em 1918 o *Urupês* uma prosa inovadora que rompia com mérito a imagem folclórica e mistificadora do homem do interior. Rezende ainda que tinha linguagem nacionalista e progressista e foi considerado um editor heróico, mas Monteiro Lobato não entendia as inovações artísticas da vanguarda.

Aracy Amaral (1983) fala da exposição de Anita em 1917, na sua visão:

Ela ousara como pintora e o resultado era positivo. As obras que trouxera em sua bagagem expressavam uma força, uma firmeza, uma vitalidade que saltavam aos olhos. Todavia “não fora para enfeitar as casas, nem fora para ser artista”... Era como se ela houvesse produzido as gravuras, desenhos e quadros – que para nós representam a Anita Malfatti histórica – como sob transe, impelida pela forma mágica do ambiente frequentado, uma resultante daquele total do contexto estimulante e livre, onde ninguém a julgava, comparava ou sentenciava (AMARAL, 1983, p.17)

Explica, assim, algo que possivelmente Anita Malfatti pretendia com a sua exposição, ou seja, mostrar o impacto que a arte moderna com as suas vanguardas contribuíram para a sua formação enquanto pessoa. Em Berlim e nos Estados Unidos, Anita não foi uma estudante passiva ou só admiradora da arte. Ela se desafiou, entrou primeiramente em contato com o interior da pintura para se conhecer e saber qual seria as razões e emoções das suas telas.

A artista não teve limites, expandiu seus olhos e ouvidos no convívio que teve com outros artistas e seus diferentes talentos. Anita Malfatti esperava que a sua exposição tivessem espectadores e de fato, teve. As críticas parecem ter sido uma resposta de que o Brasil estava pronto para ser espectador do presente ampliando a sua visão para o futuro, deixando de admirar o passado tanto na arte quanto na sociedade, sendo assim a hora propícia de o modernismo acontecer.

2.4 O emblema 22 e a divulgação modernista

Em 1921 o grupo modernista – ou futurista como então era chamado, e que às vezes, a si próprio assim se denominava – está não somente composto, mas coeso e unido, e representa já uma força nova dotada de consciência. É chegado o momento, portanto, de declarar publicamente, a sua existência, e o que importa mais, de revelar a disposição em que se encontra para a luta, que sabe vai ser árdua (BRITO, 1971, p.179).

Se dividir em categorias a frase “uma força nova dotada de consciência” e as palavras “luta e “árdua” citadas pelo historiador Brito, vem uma clara noção do processo de construção que estava sendo a vinda da arte moderna para o Brasil. Como exemplos , a força nova que

emergia no primeiro poema de Oswald de Andrade com influências futuristas e com isso a transparência da sua consciência de liberdade na escrita, a força nova que evoluía no meio revista, conquistando aos poucos uma independência do modelo academicista centrado na Europa, para a referência modernista nos traços mas com uma identidade brasileira, e a força nova que impulsionava Anita Malfatti em repassar para as suas telas as misturas de cores e formas desfiguradas que remetiam os tantos ângulos e pontos de vista que o mundo carrega em suas culturas ou seja a pluralidade social.

Seguindo esta linha esmiuçada da fala de Brito, nota-se que a luta do modernismo se preparava e o alimento para que ela se mantivesse firme, estava na coragem dos artistas que davam as suas primeiras amostras e corriam rumo à sua perpetuação. A fase de luta e o peso árduo, se intensificariam por toda a década de 20.

Torna-se impossível falar do modernismo brasileiro e não comentar da emblemática Semana de Arte Moderna de 1922 e sua repercussão ideológica. Pois nela comenta-se sua fase de produção, conquistas, idealizações, polêmicas, críticas e alianças afetivas. O historiador Brito (1971) divide a organização da semana em três anos, sendo 1920 um ano de planejamento e de opções, 1921 de combate, de rompimento de hostilidades, de afirmações, de conquista do terreno e por fim o terreno preparado em 1922.

Dentro do que Brito separa por anos e fases, é visível o início de uma década estratégica e planejada para que finalmente o propósito modernista fosse mostrado em várias linguagens. Para que fosse visto como seriedade, e não como uma loucura retratada por quadros estranhos e deformados.

Sobre o ano ser 1922, Brito (1971) fala que a data foi escolhida com antecipação e até o cálculo possivelmente, pois seria o centário da independência do Brasil. E sendo assim, fica a clara ideia de que a Semana foi criada para revolucionar, para fazer com que o povo brasileiro saísse dos preceitos recatados sobre cultura e olhasse diretamente para as suas raízes. A vanguarda futurista da arte moderna propiciava um ano de destruição para construção. A construção da identidade nacional, mas antes de uma identidade a tomada da consciência nacional, que foi divulgada na Semana de Arte Moderna de 1922, sendo lembrada como marco do modernismo brasileiro e se imortalizado de um modo emblemático.

A professora Neide Rezende (1993) diz que Mário de Andrade considera como reais antecedentes da Semana de 22 a produção do coletivo de artistas a partir de 20 e não as manifestações isoladas acontecidas antes, e segundo a autora ele cita a exposição de Anita

Malfatti em 1917 e a exposição expressionista de Lasar Segall em 1913 (Esta não obtida com tanta fama pela crítica quanto as de Anita) como as manifestações isoladas.

Entretanto diante do que a professora fala, é de se analisar que estas manifestações isoladas não deixam de ter sido importantes para a vinda da arte moderna brasileira e o nascimento da consciência nacional, pois estas manifestações mesmo que isoladas intrigaram e construíram um imaginário coletivo do que seria o “tal modernismo” e vanguardas.

O escritor Raul Boop (1977) que participou como intelectual dos movimentos modernistas de 20, traz o contexto dos motivos de a revolução cultural ter sido exatamente em São Paulo, falando que a ideia da semana saiu de uma roda de intelectuais, derivada na questão da cidade estar completamente subtraída da atualidade e dava uma melancólica sensação de atraso. Boop, ainda diz que Oswald de Andrade fazia denúncias a respeito de estarem atrasados cinquenta anos em cultura e chafurdados da literatura parnasiana. Nesta reunião encontrava-se outros artistas, como o pintor e ilustrador Di Cavalcanti, e os escritores e redatores de jornal Menotti Del Picchia, Guilherme de Almeida e Rubens Borba de Moraes.

Se começar a analisar a semana em perspectivas de divulgação, e propagação das ideias, nota-se que nesta reunião de intelectuais, foram discutidos alguns problemas voltados ao cenário atrasado cultural de São Paulo, e que, somente criando um evento como a Semana de Arte Moderna poderia se chegar numa divulgação pública em que o espectador sentisse o impacto da transformação cultural que estava se originando.

A ideia da semana, de acordo com a crítica de arte Amaral (2010) veio do artista plástico Di Cavalcanti, que junto com a senhora Marinette Prado esposa de Paulo Prado, tiveram a ideia de fazer uma semana como as de Deauville na França. Segundo Amaral, Di Cavalcanti sugeriu para Paulo Prado que a semana fosse um escândalo literário e artístico de meter os estribos na barriga da burguesiazinha paulistana.

Um fato é que o casal Prado era burguês. Mas em São Paulo eles pareciam não se limitar aos conceitos artísticos da *Belle époque* e recebiam em sua casa os artistas modernistas para as reuniões em prol de uma renovação da cultura nacional. Inclusive a pesquisadora Lourenço (1995) fala que Mário de Andrade em 1942 faz um balanço sobre os 20 anos da semana e os movimentos modernistas, afirmando que nenhum salão de rico e nenhum milionário estrangeiro havia acolhido ele e seu grupo para os debates em volta do modernismo e que algumas famílias tradicionais de São Paulo como Prado, Pentecoste e Amaral foram menos “guardadores” do bom senso nacional.

Boop (1977) não chega a citar sobrenomes, mas diz em seu livro de memórias sobre os movimentos modernistas de 20, que em São Paulo havia uma pequena elite culta que ia e vinha da Europa, e que não era indiferente aos diálogos de um mundo em plena transformação.

Contudo, voltando a organização da Semana de 22, Boop (1977) diz que a princípio ao invés de ser no Theatro Municipal, era para ser em uma livraria. Mas René Thiolliez diretor do *Jornal do Comércio* pensa no quesito repercussão da semana e acha que seria maior se fosse no Theatro Municipal, pagando então pelos dias 11 a 17 de fevereiro de 1922, 847 mil réis.

A Semana, segundo Boop (1977) transformou o Theatro Municipal num dos maiores pontos de convergência da cidade. Uma ode humana se alinhava. Raul Boop diz não ter participado da semana, mas procurou achar os termos que mostrasse a irreverência do evento. Já Rezende (1993) lembra que o primeiro dia da semana foi em paz, não houve vaias do público aos “futuristas, e o catálogo da Semana com as programações, realizado por Di Cavalcanti tinha uma identidade simples mas moderna. A ordem da programação, não deixava transparecer o escândalo que seguiria.



Figura 4: Catálogo da programação da Semana de Arte Moderna de 1922

Fonte: Site do Itaú Cultural

Rezende (1993) ressalta dois grandes alvoroços da semana, um deles acontecendo no segundo dia, quando Mário de Andrade e Oswald de Andrade recitam seus poemas com a linguagem modernista. Oswald de Andrade recitou uma página evocativa de *Os condenados*, que segundo ele não era tão evocativa, mas ainda assim teve vaias pela forma dos versos, e

Mário recitou trechos de *Paulicéia desvairada* e que em meio de grossas risadas e vaias, não desistiu e continuou declamando.

Outro fato que na opinião da autora Rezende (1993) é cômico, se volta ao músico Villa Lobos ter aparecido de casaca como mandava o figurino e de chinelo de dedos, pois parece que no dia ele estava com ácido úrico nos pés, o que fez com que o público achasse que fazia parte das apresentações do futurismo um figurino assim.

Algo que se observa nestes trechos dos autores Raul Boop e Neide Rezende a respeito da organização e programação do evento, é que mesmo com as vaias e distorções sofridas, ele atingiu o propósito que queria. Fazendo com que fosse visto que a arte moderna traz união e não separação da arte. A arte que estava na literatura, na música e nas telas e esculturas. O Theatro Municipal que antes servia como um local apenas para a Bella arte se expressar para pequenos públicos, passou naquele dia ser o palco de todos os públicos, pois havia conquistado sua independência cultural. Tendo ao invés de recatados admiradores, fervorosos espectadores que interagiam com as expressões artísticas

De acordo com o escritor Boop (1977) a semana ajudou o movimento modernista que mesmo não tendo uma influência imediata, o movimentou formou gradualmente e com um alcance coletivo, um conjunto de ideias básicas, coerentes com a realidade brasileira.

Após esta percepção do escritor Raul Boop, cabe citar os principais manifestos modernistas em volta da arte e literatura de 20, como: Pau Brasil, Verde amarelo, Antropofágico.

Estes manifestos repercutiram depois da *semana de 22*, e foram formadas em conjunto pelos intelectuais modernistas inovando as artes, literatura e conseqüentemente o comportamento da sociedade Brasileira. A proposta dos três manifestos pretendiam aproximar o brasileiro da sua própria cultura em consonância com a atualidades artísticas do mundo.

3. DA CONSTRUÇÃO DO IMAGINÁRIO A PROPAGAÇÃO IDEOLÓGICA

Este capítulo corresponde ao processo metodológico, no qual explica os passos em que a pesquisa se desenvolveu e os subsídios trabalhados na primeira e segunda parte do trabalho, e que levaram a formação do que será analisado e interpretado.

3.1 Introdução aos processos metodológicos de pesquisa

Por se tratar de um tema que contempla história e cultura, o trabalho iniciou-se primeiramente com uma pesquisa exploratória, que de acordo com o pesquisador e filósofo Severino (2012,p.123) é “uma pesquisa que busca levantar informações sobre o objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto”. Este levantamento de informações teve como consulta livros dos quais aportavam as partes da temática, para que os embasamentos da argumentação não caíssem em um anacronismo, e assim sendo importante analisar diferentes pontos de vista e a relatividade de conceitos como propaganda e propaganda ideológica, pois geralmente provocam discussões sobre as suas reais finalidades.

A segunda etapa do trabalho se voltou para explanar as partes do tema central, utilizando o método de pesquisa bibliográfica, do qual o autor Severino (2012) classifica como um processo em que o pesquisador trabalha a partir das contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos.

Durante a pesquisa bibliográfica, procurou-se encontrar autores especialistas no assunto, como historiadores e críticos de arte. Para que as peculiaridades e fatores que influenciaram na construção e propagação do imaginário da arte moderna brasileira, fossem mostrados em aspecto cronológico para poder compreender a sua evolução.

Tanto na primeira quanto na segunda etapa do trabalho, a aproximação dos conceitos com o objeto de estudo foram feitos, visando facilitar a construção de uma compreensão de sentido para os leitores.

Alguns autores clássicos que escreveram sobre o ícone emblemático do modernismo no Brasil, ou seja “A semana de arte moderna de 1922 e os seus antecedentes”, foram indispensáveis na consulta. Entre estes autores destacam-se os nomes: Mário da Silva Brito, Aracy Abreu Amaral, Neide Luzia Rezende, Gilberto Mendonça Teles, e, o escritor Raul

Boop que fez parte da corrente modernista de 20 e que no seu livro *Vida e Morte da Antropofagia* narra fatos memoráveis do início do pensamento modernista no Brasil, os bastidores da Semana de 22 e as repercussões dos manifestos nascidos depois do período de 20.

Na terceira etapa do trabalho foram selecionadas algumas documentações digitalizadas para realizar uma análise histórico- cultural correspondente ao período que o trabalho aborda, ou seja, o modernismo artístico brasileiro nos seus antecedentes no início do século XX e a sua repercussão após a *Semana de Arte Moderna de 22*. Nesta análise, pretende-se verificar os principais meios impressos utilizados para propagar ideologicamente o modernismo no Brasil por ordem cronológica, e interpretar elementos destes meios e as suas significações conforme o contexto histórico em que estão ambientados. Terminada as interpretações, será feito um fechamento geral do que foi compreendido em termos de propaganda ideológica na análise.

Os materiais escolhidos para a análise, são: Um cartaz da *Semana de 22* produzida pelo artista plástico Di Cavalcanti, a capa da *Revista Klaxon – mensário da arte moderna*, no seu primeiro número em maio de 1922 e junto três fragmentos da nota introdutória de apresentação do periódico, e mais a capa e *Nota insistente* da *Revista de Antropofagia* também em seu primeiro número publicado em maio de 1928.

4. ANÁLISE

Neste capítulo de análise histórico-cultural do objeto da pesquisa, procura-se nos materiais selecionados compreender as significações do que estava sendo propagado ideologicamente e em decorrência disto, é feita uma introdução com algumas citações de autores que criticamente defendem a ideia de uma arte e consciência nacional.

4.1 Rumo a formação de uma consciência nacional

Passaram-se 91 anos da Semana de Arte Moderna de 1922, ou melhor, dos três dias da “primeira manifestação coletiva de arte moderna no país” assim como a professora Neide Rezende (1993, p.7) introduz quando fala da realização do evento no Theatro Municipal de São Paulo. E se a autora permite um acréscimo em sua colocação, dá para adicionar aos três dias do mês de fevereiro, como “ O grito da independência cultural brasileira”.

Foram vários os equívocos que estiveram em torno da Arte Moderna brasileira em seu período denominado “heroico”, pois se acredita que tenha sido uma verdadeira luta para os intelectuais pensarem em jeitos de despertar a consciência nacional para um Brasil que vivia nas sombras dos idealismos artísticos e comportamentais da *Belle Époque* européia.

Brill compactua com este pensamento, quando diz que

No Brasil, contudo, a ênfase estava na importação: tudo era importado, desde o material de construção como vidro, peças decorativas e ferramentas, mármore, objetos de arte e móveis, até produtos de consumo refinado: vinhos, comidas, receitas culinárias, roupas – e os modelos da última moda de Paris. Este fato estava relacionado com a baixa qualidade de muitos produtos locais, devido a uma tecnologia ainda incipiente, e com o prestígio de tudo que era estrangeiro. (Brill, 1988,p.82)

Em suma, pode-se dizer que o Brasil aparentava não ter uma noção clara de suas raízes e nem se quer das suas próprias produções e expressões artísticas, era como se a arte fosse apenas sinônimo de requinte, importação e admiração que somente quem fosse da elite poderia apreciá-la em viagens para vistar a Mona Lisa, e adquirir obras de arte ou cursar aulas de pintura em academias renomadas em Paris .

Arte e cultura no Brasil antes do período revolucionário modernista, não parecia estar vinculadas a ideologias e sim estarem estagnadas no conceito de consumir produtos europeus artísticos e ter esta a ideia de arte. Santaella aborda criticamente deste assunto quando incita em suas palavras uma inconformidade com a ideia tida sobre cultura e arte, afirmando que “atirar pedras precipitadamente sobre produtos artísticos, tachando-os, em si, de elitistas, parece não apenas simplista, como também significa colocar as pedras no lugar em que se espera que sejam colocadas.” (Santaella, 1990, p.20).

E por meio desta argumentação de Santaella, citam-se os primeiros passos das ideologias dos movimentos modernistas no Brasil rumo à consciência nacional. Para iniciar o entendimento sobre a consciência nacional que o modernismo nas artes do período de 20 pretendia propagar, Kohn (1999) fala que a característica constante do nacionalismo relacionada com todas as suas modificações dentro do termo, é a exigência de parte do povo e de um governo que possua a mesma composição étnica da maioria.

Quanto ao modernismo brasileiro, este conceito de Kohn se relaciona claramente com a corrente modernista formada pelos intelectuais que participaram da semana em 22, e os movimentos modernistas posteriores.

4.2 – A descoberta do fogo e das raízes – Análise do cartaz da *Semana de 22*

O artista plástico Di Cavalcanti, não apenas idealizou e participou da *Semana de Arte Moderna de 1922*, como também teve um papel fundamental nas ilustrações feitas para as artes impressas do evento. Di Cavalcanti, teve sua passagem pelas ilustrações em revistas, nas quais ele trazia os ares da modernidade para as suas criações, inclusive nas capas feitas por ele.¹

A crítica de arte Aracy Amaral diz que “A programação visual da Semana esteve a cargo de Di Cavalcanti indubitavelmente um de seus mais entusiastas organizadores” (2010,p.149). De fato, Di Cavalcanti era um entusiasta. Pois as capas de revista criadas por ele eram marcantes, e justamente a palavra marcante se prolonga para as peças gráficas que realizou para divulgar a semana. Um exemplo foi o cartaz que criou para a Semana e que segundo Aracy Amaral era “ de grande simplicidade: em vermelho e negro os dizeres “Semana de Arte Moderna” sendo que a primeira e a última letras em vermelho emcima em

caixa-alta, o desenho representando um terno arbusto cujas raízes começam a se aprofundar no solo. Sob a ilustração, os dizeres “São Paulo 1922”, com apenas a data em vermelho”. (Amaral,2010,p.149-150)

O autor Ericson Straub (2009) fala em seu artigo sobre os cartazes da vanguarda do construtivismo russo e os seus efeitos na comunicação com as massas, que o cartaz desde meados do século XIX passou por um período de testes nos meios comerciais e culturais na Europa. O autor ainda frisa que o cartaz provou ser um eficaz meio de persuasão, se estabelecendo como um importante recurso sensorial capaz de produzir uma catarse coletiva – necessária para dar uma energia irreal aos conflitos sociais que o século XX trazia nos primeiros anos da sua década, tornando-se um meio essencial para trazer otimismo e esperança aos sentimentos dos povos, que ao avistar um cartaz poderiam ver nas mensagens transmitidas pelo impresso, uma exaltação ao patriotismo e o fortalecimento da igualdade, vitórias, e também um desprezo pelas ideias dos inimigos. Segundo Erickson Straub, o cartaz tinha todo este poder de transmissão e persuasão utilizando somente o impacto da sua imagem na maioria das vezes.

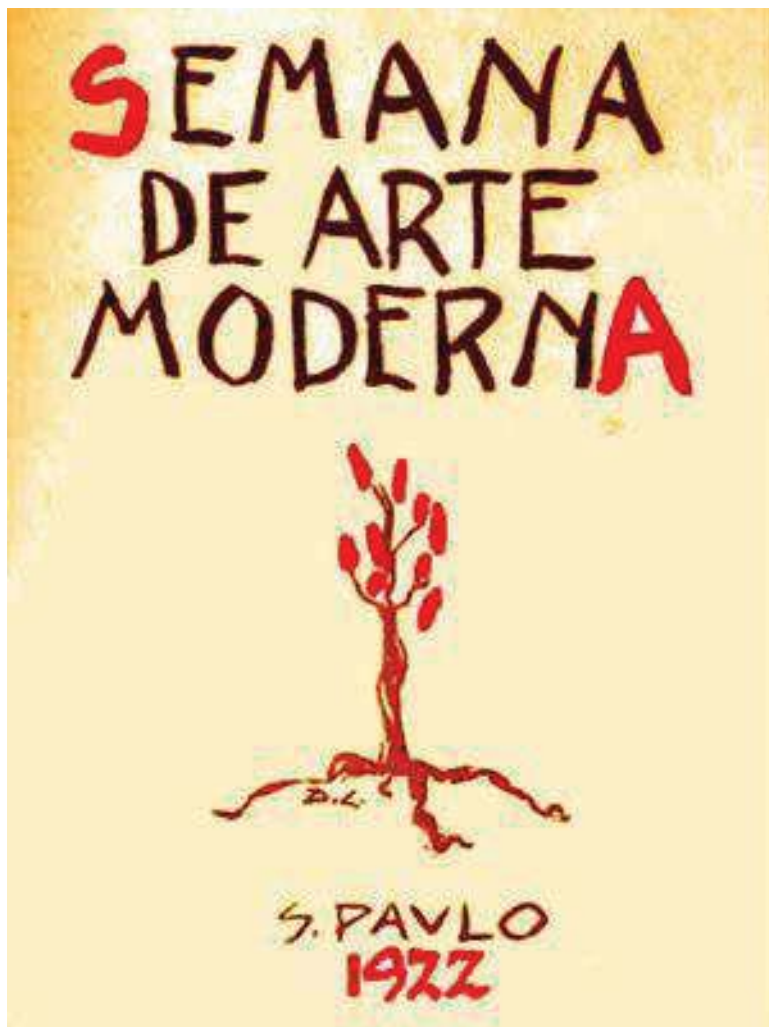
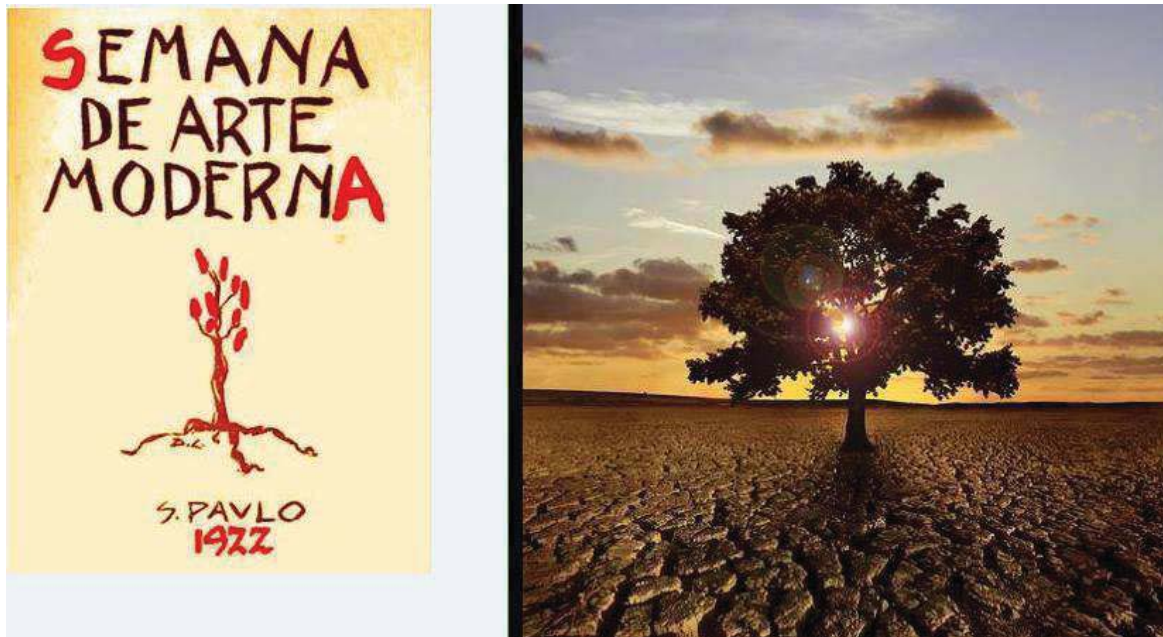


Figura 5: Cartaz da Semana de Arte Moderna de 1922

Fonte: litteraturae.blogspot.com.br/



Fonte: Portal Cimatempo

Aumont (2002) explica que imagens representativas são narrativas mesmo que o acontecimento contado seja de pouca amplitude, pois elas também se situam em uma representação de tempo e espaço. No caso do cartaz, seus elementos trazem o significado não somente do que foi a *Semana de 22*, mas como revelam boa parte do que viria a fomentar os movimentos modernistas de 20 ideologicamente.

O motivo entra na questão, de que as ideologias da vanguarda futurista eram baseadas na ideia de “destruir o velho para construir o novo”, neste modo analisa-se no cartaz da *Semana de 22*.

Análise 1 – Cartaz de divulgação da *Semana de Arte Moderna*. São Paulo. 1922

O cartaz mostra um arbusto que parece estar enraizado na terra que lembra o desértico, e está florescendo e criando seus galhos. Vinculando esta leitura com o seu período histórico, observa-se a presença da vanguarda futurista em que um novo modo de pensar estaria nascendo tendo a cidade de São Paulo como origem.

Tudo o que era tido por arte e cultura antes de 22, seria destruído para dar lugar aos novos modos de pensar e de olhar arte, e isso tudo começando em São Paulo. Uma arte em terra nacional estaria vindo. O cartaz anunciava o começo de uma Independência cultural no Brasil, aproveitando o centenário de comemoração da independência do País.

Desta forma, a comparação com a imagem ao lado do cartaz (a árvore no deserto), é para mostrar o sentido que levou a interpretação. Em mostrar que o cartaz da Semana de 22 serviu para anunciar o que os três dias no Theatro Municipal de São Paulo pretendiam repercutir, ou seja, a atualização dos artistas brasileiros quanto ao que está acontecendo no mundo a respeito das vanguardas.

As letras em vermelho no cartaz remetem a forma que os cartazes do construtivismo russo eram elaborados, o vermelho informa o sentido de comunismo, e alguns intelectuais modernistas da época eram taxados de comunistas por estarem revolucionando a arte naquela época. O artista que produziu o cartaz, Di Cavalcanti, tinha fortes influências comunistas, tanto é que entrou no PC DO B em 1928 (Partido comunista brasileiro)

4.3 Klaxon & Antropofagia – 1922 e 1928

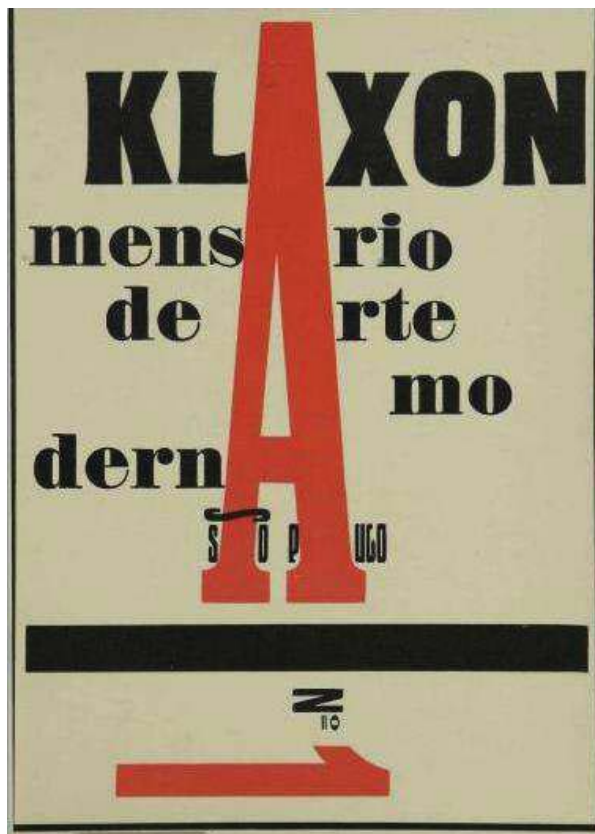
Assim como o ideólogo Marinetti utilizou dos meios impressos para difundir o futurismo, o grupo de modernistas brasileiros fez o mesmo para fortificar os seus manifestos, discursos e novidades acerca daquilo que queriam propagar. No período de 20, duas revistas tiveram destaque pela forma que se comunicavam e apresentavam suas visões. As revistas eram a: *Klaxon – mensário de arte moderna* e a *Revista de Antropofagia*.

A *Revista Klaxon* de acordo com a autora Aracy Amaral (1983) teve o seu primeiro número de publicação em 15 de maio de 1922, três meses depois da Semana de Arte Moderna. Segundo autora a revista era fisicamente pequena, teve apenas oito números editados e o seu nome era o rodapé de todas as páginas, encabeçadas por números enormes. O nome Klaxon vinha do barulho de uma buzina localizada na parte exterior dos automóveis da época, com um som um tanto peculiar símbolo de uma época.

A revista é composta por crônicas, artigos, assuntos sobre exposições e tudo o que girava em torno da sociedade Paulista de 1922, frente as transformações culturais provocadas pela arte moderna, que ainda não conseguia ser bem assimilada. É importante citar que *Klaxon* já estava pronta antes mesmo da *Semana de 22*.

O advogado e escritor modernista, Guilherme de Almeida já tinha idealizado tanto o tipo da arte quanto o conteúdo junto dos seus colegas que colaboraram para que ela existisse. Vale ressaltar que a criação e produção da revista, saíram de dentro de um escritório de advocacia em que Guilherme de Almeida trabalhava, mas que segundo Aracy Amaral “escritório esse onde o que menos se fazia era advocacia” (1983,p.8).

Análise 1 – Capa da Klaxon



A capa da revista mantém uma identidade visual transgressiva para a época, pois nos oito números da revista não se nota a presença de capas ilustrativas com pessoas ou outros atributos decorativos como em revistas anteriores.

Na capa analisada é possível perceber que, o vermelho e preto que estão presentes no cartaz da Semana de 22, buscavam incitar as cores do comunismo, são presentes também na capa da revista, o que pretendia manter todas as propostas de renovação obtidas publicamente com a repercussão da semana.

Também nota-se na capa da revista as palavras desconstruídas pela presença do enorme A que ocupa todo o centro da página unindo também as palavras Klaxon, mensário de

arte, moderna. A vanguarda futurista, que defende a velocidade e atualização do homem diante do mundo é vista na capa, pois as palavras da mesma parecem estar em movimento, e como dito antes o nome Klaxon veio da buzina dos automóveis da época remetendo ao futurismo.

Análise 2 – Revista Klaxon (Figuras)

A nota introdutória da revista em análise, traz uma constante repetição do seu nome *Klaxon*. Como já comentado, o que originou sua denominação foi o barulho que vinha da buzina dos automóveis da época. Que por sinal, se relaciona com os ideias do futurismo, voltado para o sentido de velocidade, movimento. E era assim que o Brasil se encontrava naquele momento, trocando os galopes dos cavalos por buzinas automobilísticas.

O discurso das três páginas aqui colocadas, usam *Klaxon* como um personagem. Um personagem que não é novo e sim atual, sendo importante ser pensada a sua evolução no meio artístico e cultural, e de estar sempre a frente. No final da nota, consta: “Klaxon não é futurista, é Klaxista.” Por meio desta frase, se esclarece o que os modernistas brasileiros pretendiam. Não significar uma cópia das vanguardas europeias, mas se inspirar nelas para criar seus próprios manifestos artístico

klaxon

Significação

alucta começou de verdade em principios de 1921 pelas columnas do "Jornal do Commercio" e do "Correio Paulistano" Primeiro resultado: "Semana de Arte Moderna" — especie de Conselho Internacional de Versalhes. Como este, a Semana teve sua razão de ser. Como elle: nem desastre, nem triumpho. Como elle: deu fructos verdes. Houve erros proclamados em voz alta. Pregaram-se ideias inadmissíveis. E' preciso reflectir. E' preciso esclarecer. E' preciso construir. D'ahi, KLAXON.

E KLAXON não se queixará jamais de ser incompreendido pelo Brasil. O Brasil é que deverá se esforçar para comprehender KLAXON.

Esthetica

KLAXON sabe que a vida existe. E, aconselhado por Pascal, visa o presente. KLAXON não se preocupará de ser **novo**, mas de ser **actual**. Essa é a grande lei da novidade.

KLAXON sabe que a humanidade existe. Por isso é internacionalista. O que não impede que, pela integridade da patria, KLAXON morra e seus membros brasileiros morram.

Figura 7: Nota Introdutória Revista Klaxon – P.1
Fonte: Revista Klaxon - mensário de arte moderna
 n.01 maio de 1922

2

KLAXON sabe que a natureza existe. Mas sabe que o moto lyrico, productor da obra de arte, é uma lente transformadora e mesmo deformadora da natureza.

KLAXON sabe que o progresso existe. Por isso, sem renegar o passado, caminha para deante, sempre, sempre. O campanile de São Marcos era uma obra prima. Devia ser conservado. Caiu. Reconstruill-o foi uma erronia sentimental e dispendiosa — o que berra deante das necessidades contemporaneas.

KLAXON sabe que o laboratorio existe. Por isso quer dar leis scientificas á arte; leis sobretudo baseadas nos progressos da psychologia experimental. Abaixo os preconceitos artisticos! Liberdade! Mas liberdade embridade pela observação.

KLAXON sabe que o cinematographo existe. Perola White é preferivel a Sarah Bernhardt. Sarah é tragedia, romantismo sentimental e technico. Perola é raciocínio, instrução, esporte, rapidez, alegria, vida. Sarah Bernhardt = seculo 19. Perola White = seculo 20. A cinematographia é a criação artistica mais representativa da nossa epoca. E' preciso observar-lhe a lição.

KLAXON não é exclusivista. Apesar disso jamais publicará ineditos maus de bons escriptores já mortos.

KLAXON não é futurista.

KLAXON é klaxista.

klaxon

Figura 8: Nota Introdutória Revista Klaxon – P.2
Fonte: Revista Klaxon - mensário de arte moderna
 n.01 maio de 1922

3

Cartaz

KLAXON cogita principalmente de arte. Mas quer representar a epoca de 1920 em diante. Por isso é polymorpho, omnipresente, inquieto, comico, irritante, contraditorio, invejado, insultado, feliz.

KLAXON procura: achará. Bate: a porta se abrirá. Klaxon não derruba campanile algum. Mas não reconstruirá o que ruir. Antes aproveitará o terreno para solidos, higienicos, altivos edificios de cimento armado.

KLAXON tem uma alma collectiva que se caracteriza pelo impeto constructivo. Mas cada engenheiro se utilizará dos materiaes que lhe convierem. Isto significa que os escriptores de KLAXON responderão apenas pelas ideias que assignarem.

Problema

Seculo 19 — Romantismo, Torre de Marfim, Symbolismo. Em seguida o fogo de artifício internacional de 1914. Ha perto de 130 annos que a humanidade está fazendo manha. A revolta é justissima. Queremos construir a alegria. A propria farça, o burlesco não nos repugna, como não repugnou a Dante, a Shakespeare, a Cervantes. Molhados, resfriados, rheumatizados por uma tradição de lagrimas artisticas, decidimo-nos. Operação cirurgica. Extirpação das glandulas lacrimaes. Era dos 8 Batutas, do Jazz-Band, de Chicharrão, de Carlito, de Mutt & Jeff. Era do riso e da sinceridade. Era de construção. Era de KLAXON

A REDACÇÃO

klaxon

Figura 9: Nota Introdutória Revista Klaxon – P.1
Fonte: Revista Klaxon - mensário de arte moderna
 n.01 maio de 1922

A Revista de Antropofagia por sua vez, é fruto do movimento antropofágico de 1928. Este movimento nasceu da união de Tarsila do Amaral e Oswald de Andrade, ou *Tarsiwald*, expressão que Mário de Andrade deu aos artistas. De acordo com o autor Schwarts (2013) a expressão deriva-se da fusão de corpos e mentes unidos pelo impulso da ideologia *Pau Brasil* e da *Antropofagia*.

Schwarts (2013) fala que esta união serviu mutuamente para a inspiração de ambos. Literária pela parte de Oswald e artística por parte de Tarsila. Alice Brill (1988) complementa que Tarsila do Amaral trazia para a sua pintura durante este tempo, uma temática cotidiana e regional, marcada pelo exótico e primitivo.

Uma representação deste movimento é o famoso quadro *Abaporu*, pintado por Tarsila do Amaral em 1928. Quadro que originaria o manifesto antropofágico e a sua propagação de ideias na revista, que teve seu primeiro número no dia 1º de maio de 1928 e durou até agosto de 1929.

Análise 3 – Revista de Antropofagia

Conforme Raul Boop (1977) o movimento antropofágico não só serviu para agitar o mundo das letras na cidade de São Paulo, mas como para dar um sentido feroz ao brasileiro e também um sentido satírico e animado para a época. O manifesto antropofágico teve duas fases, sendo 1928 e 1929, data que a revista também esteve em circulação.

O manifesto teve fim, quando os seus líderes Tarsila do Amaral e Oswald de Andrade quebraram a expressão amistosa *Tarsiwald*, se distanciando um do outro por brigas em volta da relação dos dois.

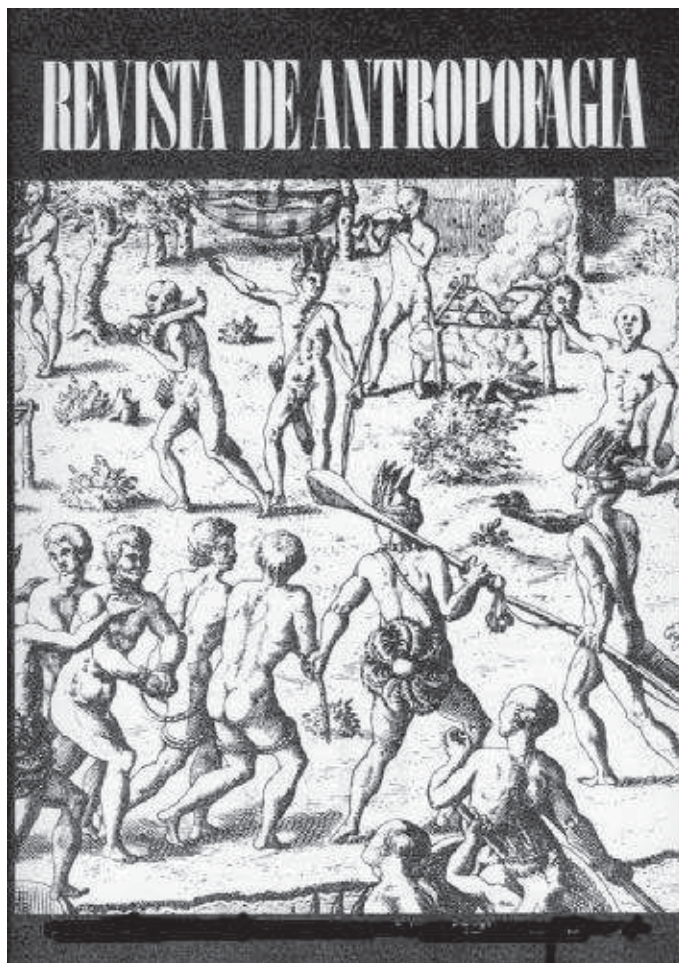
O mês de publicação da Revista de Antropofagia, coincide com o mês de publicação da *Klaxon*. E neste aspecto analisa-se que a *Klaxon* pode ter servido como influência fundamental para a difusão de ideais modernistas pelo meio revista.

Como foi analisado na Revista *Klaxon* a linguagem das páginas da nota introdutória, na *Revista de Antropofagia*, será analisada a nota de fechamento.

Na nota de fechamento, que tem como título “Nota Insistente”, a palavra insistente já faz relação com a forma discursiva que os redatores da revista escrevem. Como, constantemente pessoalizando o manifesto criado, como se fossem personagens da vida real e assim aproximando o leitor da ideologia do manifesto.

Outro fato que se observa e coincide com o mesmo discurso já utilizado na *Klaxon*, é de que no final os redatores modernistas, fazem questão de frisar que a ideia dos seus movimentos não são cópias, são originais e a ponto de estarem na busca pela renovação, pela atualidade. No final da nota aonde diz “Só tem estômago” refere-se a fome voraz que os intelectuais modernistas da época tinham tanto em realizar os manifestos, quanto em conscientizar o seu País. O Brasil.

Análise 1 - Capa da Antropofagia



Theodore De Bry - Prisioneiros tupinambás, 1592 - Gravura baseada em relato de Hans Staden sobre o Brasil – Editado em Grandes Voyages, Frankfurt

Fonte: Blog Antropofagia-Interculturalismo

A capa da revista de antropofagia em seu primeiro número de 1928, traz uma imagem conflituosa, um ataque canibal em que os índios devoram os seus prisioneiros. Esta imagem mostra a revolta dos índios com o povo ocidental, e a leitura que se faz decorrente da ideologia do manifesto antropofágico, é de que eles estariam se revoltando contra a cultura importada, e não a deles. E isso era o que o Brasil vivenciava antes da vinda do modernismo, ou seja, uma cultura catequizada assim como os índios, fadada a se portar nos padrões europeus sem se dar por conta da força da sua raiz nacional.

NOTA INSISTENTE

Neste rabinho do seu primeiro numero a "Revista de Antropofagia" faz questão de repetir o que ficou dito lá no principio:

— Ella está acima de quaesquer grupos ou tendencias;

— Ella acceita todos os manifestos mas não bota manifesto;

— Ella acceita todas as criticas mas não faz critica;

— Ella é antropofaga como o avestruz é comilão;

— Ella nada tem que ver com os pontos de vista de que por acaso seja vehiculo.

A "Revista de Antropofagia" não tem orientação ou pensamento de especie alguma: só tem estomago.

**A de A. M.
R. B.**

Figura10: Nota Insistente

Fonte: Revista de antropofagia, n.01 maio de 1928

4.4 Fechamento das análises

Observa-se que o meio impresso, referente as análises realizadas, foi o principal para disseminar ideologicamente as ideias modernistas no Brasil. Tendo como ponto de partida a *Semana de Arte Moderna de 1922*, a qual firmou laços entre os artistas durante o seu tempo de construção e produção do evento, e a sua repercussão da qual gerou os manifestos modernistas posteriores. Primeiramente o cartaz da *Semana de 22*, criado por Di Cavalcanti pode ser comparado como um anúncio de todas as manifestações ideológicas da arte moderna da década de 20. Pois os elementos que compunham o cartaz traziam a identidade daquilo que queriam defender, no caso uma independência cultural elencada com as vanguardas futuristas que defendiam a desconstrução do velho para a criação do novo. E era isso o que os intelectuais queriam trazer para a cultura brasileira além de atualizá-la.

A revista *Klaxon – mensário de arte moderna de 1922*, que foi publicada meses depois da semana, serviu de reforço para todas as ideologias que já estavam sendo construídas e discutidas antes mesmo da semana e tendo ganho força em conjunto durante a própria semana. Em seguida a maioria dos intelectuais que participaram do evento puderam trazer seus conteúdos modernos para as páginas da revista, em texto e imagem e nada mais em fatos isolados como nos antecedentes da semana. Inclusive o jornalista Roberto Civita (2000) fala que as revistas foram uma segura pista de decolagem para os intelectuais. De acordo com este pensamento do autor, nota-se que as revistas ficaram como registro da revolução cultural de 20.

A próxima análise realizada foi a *Revista de Antropofagia* – de 1928, que também como a revista Klaxon, atualizava o povo brasileiro das rebeliões culturais acontecidas durante aquele tempo. A capa analisada já demonstrava a revolta dos intelectuais como a do escritor Oswald de Andrade, em acabar com as formalidades européias e iniciar o novo e atual. Esta ideologia permaneceu tanto na capa da revista quanto na Nota Insistente no final da revista, que em sua repetição persuasiva no texto contextualizava a imagem da capa. Mantendo assim a proposta ideológica que visa o manifesto antropofágico, refletido na revista.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante um ano de pesquisa, o presente trabalho se desdobrou em quatro capítulos, e retira-se a partir da escrita de cada capítulo que comunicação, cultura e arte são um processo em conjunto nas suas linguagens, não há separação.

Assim muitos fatos que normalmente são estudados e abordados de maneira equivocada como a propaganda ideológica ser uma ferramenta de manipulação e a Arte Moderna ser vista como loucura, o trabalho pretendeu trazer uma reflexão crítica com diferentes autores especialistas no assunto debatendo sobre a finalidade de cada equilibrando entre a concordância e a discordância do assunto.

Através de toda a pesquisa realizada, observa-se que a propaganda ideológica não serve como manipulação, ela pode ser vista como um meio pelo qual as ideias de um grupo são disseminadas para a sociedade, e assim que perpetuou-se o modernismo pelo Brasil, na década de 20 estudada.

As difusões vinham acontecendo pelo meio de revistas, e assim propagando-se em massa para a população e informando os atuais acontecimentos ao povo brasileiro, reforçando sempre o trabalho de artistas brasileiros e a consciência nacional que pretendiam trazer, retirando aos poucos em cada manifesto a presença academicista da Arte europeia.

É importante destacar de todo o trabalho, que o movimento modernista no Brasil no seu denominado período heroico correspondente ao início dos anos 20, foi engajado pela inconformidade dos intelectuais brasileiros. E que a Independência cultural promovida na Semana de Arte Moderna de 1922, não parou nas demonstrações e brigas compradas no evento. A independência procurou persistir na mente do povo brasileiro durante os anos 20 e posteriormente. O modernismo brasileiro não era uma cópia das vanguardas europeias. Apenas influenciou-se na liberdade que as vanguardas tinham, para trazer esta tal liberdade ao povo brasileiro que ainda era escravo do conformismo com produções artísticas que não eram próprias de sua identidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMARAL, Aracy A. **Arte e meio artístico:** entre a feijoada e o x burguer: (1961-1981). São Paulo: Nobel, 1983. 422 p.
- AMARAL, Aracy A. **Artes plásticas na semana de 22.** 6. ed. São Paulo: 34, 2010. 335 p.
- ARGAN, Giulio Carlo. **Arte moderna:** do iluminismo aos movimentos contemporâneos. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2006. 709 p.
- BOPP, Raul. **Vida e morte da antropofagia.** Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1977. 94 p.
- BRILL, Alice. **Da arte e da linguagem.** São Paulo: Perspectiva, 1988. 235 p.
- BRITO, Mário da Silva. **História do modernismo brasileiro.** 2.ed. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1964. 322 p.
- CABRAL, Plínio. **Propaganda:** técnica da comunicação industrial e comercial. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991. 138 p.
- CADENA, Nelson Váron. **Brasil – 100 anos de propaganda.** São Paulo: Edições Referência, 2001. 344p.
- CANTON, Katia. **Retrato da arte moderna:** uma história no Brasil e no mundo ocidental (1860-1960). São Paulo: Martins Fontes, 2010. 118 p. ISBN 8533615302.
- DÍAZ BORDENAVE, Juan E.. **O que é comunicação.** 4.ed. São Paulo: Brasiliense, 1983. 105 p.
- Editora Abril. **A revista no Brasil.** São Paulo: Abril, 2000. 249 p.
- FABRIS, Annateresa. **Futurismo:** uma poética da modernidade. São Paulo: Perspectiva, 1987
- GARCIA, Nelson Jahr. **O que é propaganda ideologica.** São Paulo: Brasiliense, 1985.
- GOMES, Neusa Demartini. **Publicidade:** comunicação persuasiva. Porto Alegre: Sulina, 2003. 237 p.
- GONZALES, Lucilene. **Linguagem publicitária:** análise e produção. São Paulo: Arte & Ciência, 2003. 151 p.
- RAMOS, Ricardo. **Propaganda.** 4.ed. São Paulo: Global, 1998. 93 p.
- REZENDE, Neide. **A semana de Arte Moderna.** São Paulo: Ática, 1993. 80 p.

ROEIS, Reinaldo; STANGOS, Nikos (Coord.). **Conceitos da arte moderna**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1991. 306 p. ISBN 8571101426

ROEIS, Reinaldo; STANGOS, Nikos (Coord.). **Conceitos da arte moderna**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1991. 306 p

SANTAELLA, Lúcia. **(Arte) & (cultura):** equívocos do elitismo. 3.ed. São Paulo: Cortez, 1995. 113 p.

SCHWARTZ, Jorge. **Fervor das vanguardas:** arte e literatura na América Latina. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2012. 304 p.

SUBIRATS, Eduardo. **Da vanguarda ao pós-moderno**. 4.ed. São Paulo:

TELES, Gilberto Mendonça. **Vanguarda européia e modernismo brasileiro:** apresentação dos principais poemas, manifestos, prefácios e conferências vanguardistas de 1857 a 1972. 7.ed. Petrópolis: Vozes, 1983. 446 p.

UPJOHN, Everard M. **História Mundial da arte**. São Paulo: Difel, 1979.

VESTERGAARD, Torben; SCHRODER, Kim. **A linguagem da propaganda**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1994. 197 p.