

ITER LUMINOSUM: O CAMINHO DA VIDEOARTE EM TERRAS BRASILEIRAS

Arthur Gomes¹

RESUMO

Este artigo se propõe a apresentar e contextualizar, brevemente, o percurso da produção de uma nova mídia artística, a videoarte. Focando no panorama da produção brasileira desta, o artigo analisa historicamente sua aparição como mídia e sua inserção na produção nacional, assim como os fatores que contribuíram para sua disseminação, produção e validação. O objetivo é identificar o percurso de seu aparecimento enquanto tecnologia incorporada às artes, sua difusão em meios artísticos e sua vinda para o Brasil. Igualmente, procura-se entender como estruturas de mercado consolidaram essa mídia dentro do contexto brasileiro, uma vez identificada a participação decisiva de museus, galerias e salões na divulgação do vídeo como arte.

PALAVRAS-CHAVE

Vídeo arte; Vídeo arte brasileira; Validação; Mercado de arte.

ABSTRACT

This article proposes to present and contextualize, in a brief way, the course of the production of a new media, the video art. Focusing on the Brazilian production of this, analyzing historically its appearance within the national production. The factors that contributed to its dissemination, production and validation. Trying to trace path since its appearance as technology incorporated to the arts, its diffusion in artistic means, and coming to Brazil. Seeking to understand how market structures consolidated this artistic expression within the Brazilian context, once identified the decisive participation of museums, galleries and halls in the dissemination of video as art.

KEY-WORDS

Videoart. Brazilian videoart. Validation. Art Market.

¹ Graduando em Museologia pela Universidade de Brasília

A arte do vídeo se caracteriza, antes de mais nada, por uma ruptura com os cânones pictóricos do Renascimento e por uma retomada do espírito demolidor das vanguardas históricas, fazendo voltar sua fúria destrutiva sobretudo contra a figura realista que o modelo fotográfico logrou perpetuar.

Arlindo Machado (1988)

Se formos falar de arte em um lugar comum e de conhecimentos gerais, para um público não específico, pensa-se em desenho, pintura de cavalete e escultura, as mídias conhecidas como clássicas. No entanto, desde o século XIX vêm se desenvolvendo outras formas de expressão artística: fotografia, vídeo, performance, instalação, as ditas novas mídias. E mais atualmente identifica-se ainda a existência das chamadas novíssimas mídias, vinculadas a web e novos meios digitais.

No que se refere ao escopo desse artigo, o foco é destinado a uma expressão em especial, classificada como nova mídia, a Vídeoarte. Pretende-se traçar uma história da arte do vídeo desde seu surgimento na década de 1960 até seus aparecimentos em terras brasileiras, avaliando suas representações juntamente com as estruturas validadoras do mercado de arte, resultando em um breve parecer de como essa manifestação artística passou a fazer parte de coleções musealizadas e foi validada por essas instituições.

A escolha do tema se deu pois, por meio de estudos sobre o percurso da videoarte brasileira observa-se a presença e apoio de figuras que podem ser associadas às estruturas mercadológicas, trazendo uma interessante constatação de que o desenvolvimento desta expressão no Brasil está associado à outras estruturas de fomento. Além disso, através da leitura do livro “Extremidades do Vídeo” de Christine Mello, em nota do editor constata-se que:

Apesar de sua presença dominante no cotidiano social da atualidade, o vídeo provocou menos análises e reflexões do que seus “primos” mais glamourosos, como o cinema e a televisão, por exemplo. Mas o que é certo é que nas últimas décadas deixou sua condição inicial, de quase marginalidade, para ser até artigo de luxo, disputado por colecionadores em galerias de arte... (SENAC, 2008: n/p)

Assim, torna-se de extrema relevância entender os percursos da videoarte no Brasil e seu processo de validação, através de galerias, museus e coleções.

Cabe ressaltar que o espaço reservado a um artigo é insuficiente para se debruçar de maneira profunda sobre as complexidades do surgimento da videoarte e todas as suas conexões com movimentos e expressões diversas, bem como para uma historiografia completa. Sendo assim, este trabalho se dividirá em três tópicos sucintos: o primeiro para uma apresentação conceitual da videoarte, o segundo para sua chegada no contexto brasileiro, o terceiro para análise dos elementos que ajudam a sua estruturação e por fim um espaço para as conclusões dessas reflexões.

VIDEOARTE

O ponto de partida então é o entendimento e contextualização da criação da arte do vídeo. Para isso é necessário retroceder ao século XIX, ao momento de criação da fotografia, marco transformador na história da arte, e entender um pouco o que possibilita o desenvolvimento de novas expressões e

a emancipação da arte de suas mídias mais clássicas a partir deste ponto.

Em seu livro “Arte: espaço_tempo_imagem” a autora Suzete Venturelli se debruça sobre o caminho de novas mídias artísticas, com foco naquelas que se apropriam de novas tecnologias para sua existência. Ao longo de seu primeiro capítulo a autora faz uma retrospectiva histórica dessas mídias, trazendo falas que suportam a fotografia como elemento de transformação e emancipação da arte, catalizadora de reações que resultam na experimentação, descoberta e desenvolvimento de novas expressões:

Livre para experimentar uma outra aventura, na medida em que a fotografia se ocupou de uma de suas funções, a arte, ou melhor, a nova arte, que se proliferou no séc. 20 em movimentos como futurismo, surrealismo e expressionismo abstrato, entre outros, acabou participando de uma profunda avaliação da arte tradicional, abrindo espaço inclusive para uma aproximação visceral de alguns artistas com as novas tecnologias. Assim, a fotografia, ao mesmo tempo em que libera a arte de sua função de representar o real, instiga os mais ousados para a possibilidade de criação de imagens por meio do processo mecânico e químico. (VENTURELLI, 2011: 16)

Com o invento da fotografia, que passa a se ocupar da representação da realidade, artistas se emancipam e distanciam da representação do que é visto. Passam a adentrar os caminhos da experimentação, trazendo para arte um outro *Kunstwollen*², sendo, além de um desejo de arte um desejo de novo, associado às próprias mudanças no contexto social; e se apropriando das descobertas tecnológicas em prol da produção poética, onde a cada nova invenção tecnológica do século XX existe uma ânsia de dialogar com o novo meio de produção de imagens. (VENTURELLI, 2011)

Assim, após a fotografia, as próximas invenções tecnológicas a serem incorporadas são as que datam do século XX, entre as décadas de 1940 e 1950, mudando não só as relações da produção artística, mas todo um contexto social e uma percepção do tempo, espaço e das relações humanas. Esses inventos são a televisão e a informática. Como dito por Xavier, “as produções que envolvem o vídeo em suas poéticas surgem num contexto, no qual, desde a Revolução Industrial, o conceito de tempo e espaço estavam sendo reconfigurados”. (2016: 11) evidenciando a continua indissociação da arte de seu contexto social e sua necessidade estratégica de reinvenção e apropriação de novos meios.

Pode-se dizer que a arte em conjunto com o mundo tecnológico e também científico contribuiu na produção de muitas invenções e descobertas que a sociedade moderna, desde a origem da humanidade, nunca havia visto. (VENTURELLI, 2011: 20)

O surgimento da imagem em movimento deslumbra artistas, despertando seu interesse em agregar tais meios às suas produções em um contexto muito específico de reconfiguração dos conceitos de espaço e tempo e aparição de diversos movimentos que modificam as produções plásticas. Citando McLuhan e o impacto das novas mídias Venturelli afirma:

Dizia que as novas mídias não nos colocam de maneira alguma em relação ao antigo mundo “real”, elas são o mundo real refazendo o que resta do mundo antigo.

Analisando a produção artística com a videoarte Michael Rush (2000, p.94), distingue dois tipos básicos de práticas que existem des-

² Termo do autor Alois Riegl que aparece em seus trabalhos “Problema de estilo” e “O culto Moderno dos Monumentos” traduzido como “o querer da arte” ou “vontade artística”. Retirado da introdução de “O Culto Moderno dos Monumentos” de Annateresa Fabris, 2014.

de o seu início: de um lado, os documentários de inspiração ativista, e de outro, as realizações que surgiram com os vídeos ditos de arte.

Nessa prática artística, a intenção do artista se opunha a do produtor de TV o do realizador de filmes/vídeos publicitários. Esse tipo de arte não era um produto destinado à comercialização ou à consumação de massa. Sua estética exigia um ponto de partida artístico. Nesse sentido, a arte residia na intenção do artista: conceber um objeto sem levar em consideração qualquer tipo de aplicação prática. (Venturelli, 2011: 42-43)

A expansão das artes e dos interesses dos artistas em outras representações se unem em concordância com a imagem em movimento, as novas mídias e o vídeo, de uma forma exigida pelo contexto social no qual estavam imersos e desde antes, por exemplo: Muybridge, em 1878, decompunha o movimento ao representar o galope de um cavalo com doze aparelhos fotográficos conectados. Tinguely desenhava diretamente sobre películas de filme, e as transformações entre público e privado possibilitavam a Allan Kaprow, segundo Gregory Battcock (1975), a elaborar a ideia de que a obra de arte podia ser a vida, e não um encontro estético, dependendo, em parte de um processo intelectual (VENTURELLI, 2011: 31). Artistas se apropriam de equipamentos de vídeo, inicialmente “colocados no mercado pela indústria eletrônica japonesa para uso privado nas empresas, com vistas ao treinamento de funcionários” (MACHADO, 2007: 16).

As transformações sociais modificam a arte, dando espaço para a aparição de novas linguagens, tais como instalações, body art, performances, happenings, e a videoarte que nasce juntamente com essas outras manifestações em um projeto de expansão das expressões artísticas. Como evidenciado por Mello:

De uma trajetória material, de base tradicional, escultórica ou pictórica, recorrente no século XIX, observamos ao longo do século XX, uma trajetória calcada na dimensão imaterial, de base tecnológica ou não. Neste arco do tempo, é possibilitada a passagem entre uma arte fixa, objetual, propícia ao acabamento para uma arte livre da dependência do objeto, considerada efêmera e descontínua, que rompe com o próprio ato da contemplação e com o conceito tradicional de obra como produto, sendo acrescida a ela a noção de obra como processo. Surgem novas formas de pesar o espaço e o tempo assim como novas expressões no campo da arte (MELLO, 2008: 41)

A autora continua:

É justamente nesse período de deslocamento na arte (em que se acentua a expansão da dimensão artística para além da tela e do objeto) que vemos florescer novas práticas estabelecidas na confluência com as mídias, entre elas as práticas com o vídeo. Se por um lado, o vídeo surge num momento de rompimento da arte com a noção de especificidade no campo das linguagens, por outro lado, descobre-se também que determinados procedimentos do vídeo, como a efemeridade, o acontecimento, a impermanência das formas e a temporalidade da imagem, revelam-se como uma das melhores formas de traduzir esse mesmo momento de expansão da arte (MELLO, 2008: 60)

De forma específica, o presente artigo se debruça sobre a videoarte, manifestação recente, que se desenvolve quase 25 anos após a televisão entre as décadas de 1960 e 1970, tendo como pioneiros de suas investigações em contexto internacional os artistas Nam June Paik e Wolf Vostell. (ZANINI, 1978).

Associado à performance, ao cinema, ao happening, é anterior a estas décadas o interesse dos artistas pelo vídeo. Desde os anos 1950 experimentações são feitas, como a do artista Flávio de Carvalho³, com suas intervenções em programas de televisão (MACHADO, 2007: 15). Descobre-se e estrutura-se juntamente com outras mídias e tecnologias e continuamente “o meio videográfico, desde os anos 1950, promove intervenções sensíveis no espaço sensorio, concomitantemente ao período em que a arte redimensiona as suas práticas e se expande do plano objetual para o plano ambiental” (MELLO, 2008: 60).

Cabe ressaltar que no século XIX, antes do surgimento do conceito de videoarte, já era possível verificar uma produção cinematográfica, o que nos permite diferenciar essa nova linguagem do cinema e da televisão. E, para esse artigo consideramos as noções de microtelevisão e macrotelevisão, do autor René Berger (1977 apud Machado, 2007), onde a primeira opera em canais mais fechados sendo “uma televisão radical e difundida em circuito fechado, independente dos modelos econômicos e culturais da televisão broadcasting convencional” (MACHADO, 2007: 16), e a segunda opera dentro de uma lógica de massas.

Assim, define-se para este artigo a videoarte como manifestação artística da modulação eletrônica da imagem em movimento de alta velocidade, sincronizada com o som, sintetizado e traduzido simultaneamente em informação, instável, constituído por pontos (pixels) e linhas (de varredura) (MELLO, 2008: 44) que começa a se desenvolver embrionariamente na década de 1950 e de maneira mais estruturada entre as décadas de 1960 e 1970, cujo suporte é o vídeo, podendo ou não estar associada à outras mídias artísticas, e que opera em canais mais restritos da produção artística e dos meios especializados.

A seguir, pretende-se apresentar como a videoarte se desenvolveu no Brasil e como se deu a sua disseminação em território nacional.

BRASIL

Datar o início da produção vídeo-artística no Brasil é tarefa complexa e controversa, necessitando de uma imersão extensa por sobre uma arqueologia da produção artística nacional em terras nacionais e internacionais.

Ao considerarmos as intervenções televisivas de Flávio de Carvalho segue-se pela linha de Xavier (2016: 11), afirma que “consta da década de 1950 a primeira manifestação artística em vídeo, no Brasil”. No entanto, ao seguirmos o que é apresentado por Machado em sua obra “Made in Brasil” percebemos que:

É muito difícil dizer quando começa a história do vídeo no Brasil, pelo menos o vídeo enquanto fenômeno cultural e forma de expressão artística. Temos notícia de que em 1971, Antônio Dias realizou na Itália o vídeo *The Illustration of Art (Music Piece)*, ao que parece definitivamente perdido. Christine Mello (2006: 159) faz menção a alguns artistas, como Wesley Duke Lee e Artur Barrio, que, respectivamente nos anos 1960 e começo dos anos 1970, utilizaram o aparelho de televisão como objeto significativo no espaço de instalações. Mas se pudermos também incluir na história do vídeo alguns trabalhos viscerais feitos para a televisão desde os anos 1950, então a história do meio eletrônico será ainda mais antiga do que supomos. Eduardo Kac (2004: 396), por exemplo, propõe que consideremos as intervenções de Flávio de Carvalho em programas de televisão dos anos 1950 como as primeiras experiências

³ Flávio de Carvalho foi um pintor, desenhista, arquiteto, cenógrafo, decorador, escritor, teatrólogo e engenheiro, nascido no Rio de Janeiro. FLÁVIO de Carvalho. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2017. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa9016/flavio-de-carvalho>>. Acesso em: 24 de mai. 2017

brasileiras no terreno da videoarte. Falta-nos em todo caso, uma pesquisa arqueológica para recompor a pré-história de nosso vídeo e resgatar outros títulos que podem estar perdidos ou ignorados. A verdade é que, até prova ou interpretação em contrário, o mais antigo tape admitido como pertencente a história do nosso vídeo, conservado e acessível para exibição até hoje é o M 3x3, na verdade uma coreografia para vídeo, concebida pela bailarina Analívia Cordeiro para um festival em Edimburgo e gravada pela TV Cultura de São Paulo em 1973. (MACHADO, 2007: 15, grifo do autor)

Já Venturelli observa que:

Aqui no Brasil algumas experimentações foram realizadas principalmente na década de 1970 e com mais intensidade na década de 1980. Os primeiros artistas que apresentaram trabalhos experimentais com super-8 e vídeo foram Carlos Zílio, Nitsche, Anna Bella Geiger, Antônio Dias, Fernando Cocchiarale, Ivens Machado, José Roberto Aguilar, Leticia Parente, Mary Dristschel, Paulo Bruscky, Paulo Herkenhoff, Regina Silveira, Regina Vater, Roberto Sandoval, Sonia Andrade entre outros que fazem parte da primeira geração de artistas que criou trabalhos que podem ser definidos como videoarte. Para a crítica de arte Sheila Leiner (1982 p.69) os artistas brasileiros só tiveram contato profundo com a videoarte em 1975, na Bienal de São Paulo, quando era muito raro falar do assunto. (VENTURELLI, 2011: 46)

Como fica claro, datar de forma precisa o início dessa produção é tarefa quase impossível, ainda mais ao considerarmos que o vídeo como expressão artística se desenvolve de maneira embrionária anteriormente à década de 1970. E por aqui, ao considerarmos o vídeo como manifestação dentro da microtelevisão, complexifica-se a qualificação de determinadas obras como início da produção artística. Assim, trabalha-se com a ideia de que esta forma de fazer artístico se desenvolve ao longo das décadas de 1960 e 1970, utilizando o consenso entre os críticos de que o vídeo encarado como um meio de expressão estética surge oficialmente no Brasil em 1974 identificando essa data como origem do vídeo no Brasil. (ZANINI 1997 apud MACHADO, 2007: 16)

Para entender o desenvolvimento do vídeo dentro do país, precisamos contextualizar os meios de produção disponíveis aos artistas, inicialmente produzido direcionado a empresas, em outro contexto comercial. A empresa eletrônica japonesa Sony em 1965 lança um equipamento portátil de captura de imagens com um preço mais acessível que os já disponíveis, permitindo a compra e uso desses equipamentos por pessoas comuns (MELLO 2008 apud XAVIER, 2016 :15). O equipamento, uma câmera que gerava imagens em preto-e-branco, gravadas em fita magnética de 1/2 polegada em rolo aberto, chega relativamente cedo ao contexto brasileiro, cerca de três anos após seu lançamento no exterior. Os primeiros modelos de vídeo tape se tornam rapidamente um dos principais meios de expressão das gerações que despontaram na segunda metade do século XX. (MACHADO, 2007: 16)

Os primeiros a conseguir viabilizar a produção do vídeo foram artistas cariocas, como Sônia Andrade, Fernando Cocchiarale, Anna Bella Geiger e Ivens Machado, que contaram com o apoio de Jom Tob Azulay, ex-diplomata, produtor, diretor, escritor e fotógrafo que trouxe dos Estados Unidos um equipamento portapack e o colocou à disposição desses artistas. Pouco depois, em 1976, o Museu de Arte Contemporânea (MAC) de São Paulo adquire um outro portapack e o disponibiliza aos artistas da cidade: Regina Silveira, Julio Plaza, Carmela

Gross, Donato Ferrari, Gabriel Borba, Marcello Nitsche, Gastão de Magalhães e Geraldo Anhaia Mello⁴ (MACHADO, 2007: 16-17). Percebe-se então que no contexto brasileiro, apesar do barateamento dos meios de produção, o desenvolver do caminho do vídeo esteve atrelado à outras figuras que não a dos artistas que servem de facilitadores para a viabilização dos projetos. Aqui, ainda é interessante ressaltar que:

Na verdade, não se podia ainda classificar tais autores como videomakers, no sentido em que hoje empregamos esse termo. Eles eram, em sua maioria, artistas plásticos preocupados com a busca de novos suportes para a produção. Como se sabe, a partir de meados da década de 1960, muitos artistas tentaram romper com os esquemas estéticos e mercadológicos da pintura de cavalete, buscando materiais mais dinâmicos para dar forma às suas ideias plásticas. Entre os que se aventuraram para fora dos espaços tradicionais da arte, houve aqueles que foram buscar materiais para a experiências estéticas inovadoras nas tecnologias geradoras de imagens industriais, como é o caso da fotografia, do cinema, e sobretudo do vídeo. (MACHADO, 2007: 17)

Os artistas já citados se interessavam pelo vídeo principalmente por seu potencial de ruptura com as mídias mais clássicas e por ser um novo suporte à disposição. Além disso, um outro fator que deve ser levado em consideração para a produção do vídeo é o contexto social em que os realizadores se viam imersos durante as décadas de 1960 a 1980. Estava em voga no país de 64 a 85 um regime de governo ditatorial militar, período de alta repressão e censura que muito influenciou a produção artística nacional. O vídeo então se mostrou como alternativa viável e subversiva por seu baixo custo de produção e absoluta independência de laboratórios de revelação ou sonorização, espaços que estavam sob o olhar contínuo das instâncias “governamentais” durante este período (MACHADO, 2007: 17). A partir daí surgem, de tempos em tempos novas gerações de videomakers interessados em seus potenciais plásticos e poéticos e em suas relações sociais. Na década de 1980 a segunda geração de videoartistas brasileiros conhecidos como a geração do vídeo independente se interessavam cada vez mais pelos canais televisivos.

Já nos anos 1990, fazendo uso de toda a experiência acumulada dos processos desenvolvidos pela primeira e segunda geração os realizadores começam a se alinhar ainda mais às temáticas de interesse universal e com a produção internacional. Segundo Machado (2007: 20) “o único compromisso que une todos os representantes desta última geração é a investigação das formas expressivas do vídeo e a exploração de recursos estilísticos afinados com a sensibilidade de homens e mulheres da virada do século”. Desde então outros nomes vêm se destacando no cenário do vídeo, gerações e gerações nascem da produção dos pioneiros, das segundas e terceiras gerações, e atualmente temos que lidar com o que Machado chama de “novíssima geração do vídeo” (idem, 2007: 20).

VALIDAÇÃO

Apresentado o contexto brasileiro de criação do vídeo e durante os estudos realizados e que originaram este artigo, algumas características do per-

⁴ Para fins dessa pesquisa desconsideraremos outros artistas citados pelos autores que obtiveram seus equipamentos por meios próprios, pois estes se afastam do papel do mercado que procura-se aqui trabalhar, mas, na mesma época é sabido que Antônio Dias em Milão, Andrea Tonacci com meios franceses e José Roberto Aguilar com equipamentos trazidos do Japão, estavam inseridos na produção de vídeo brasileira.

curso da mídia em questão nos chamam atenção.

No contexto internacional, o canal primário de exibição das obras dos pioneiros Paik e Vostell foram as galerias: Paik na Parnass em 1963 na cidade de Wuppertal, Alemanha, e Volstell na Smolin de Nova York, também em 1963, ano considerado por Mello como “a data histórica que marca os primórdios da videoarte” (2008: 71) No entanto, neste momento observam-se experimentos de vídeo, como exemplificado pela obra de Paik: treze aparelhos televisores em preto foram expostos na galeria onde o artista investigava a imagem eletrônica influenciada por mudanças de voltagem, distorções magnéticas da imagem e aproveitamento de defeitos da própria transmissão (ZANINI, 1978). A exibição de obras do tipo aparece então como fator de exposição, difusão e inspiração para o crescimento e afinamento da videoarte, como diz Mello:

É a partir do início dos anos 1960, com as experiências de Paik e Volstell, que o campo da arte descobre que o vídeo introduz a possibilidade concreta da inscrição e distorção do tempo nas imagens em movimento, bem como permite gravar e emitir uma ação em tempo real. Os artistas dessa primeira geração logo descobrem também que intervir nas imagens e sons do vídeo significa produzir um novo tipo de imagética, calcada na abstração, no ruído e na dessemelhança da imagem com a realidade objetiva (Mello, 2008: 72)

Os experimentos de Paik serviriam para instigar ainda mais as poéticas do vídeo ao serem compartilhados, uma vez que as galerias ditas *leaders*⁵ “contribuem para o balizamento do território artístico e para a fixação das tendências dominantes” (MOULIN, 2007: 27)

Além do que, segundo os pensamentos absorvidos de Raymonde Moulin, em seu texto “O Mercado da Arte” constata-se que “essa arte, para qual existe uma demanda, não agrada sem ter suas razões de agradar” (MOULIN, 2007: 24), em um contexto em que galerias aparecem como edificadoras de gostos e formulam mercados através da difusão e do marketing, aparecendo aqui como elemento validador e difusor da videoarte no início de sua produção, mesmo quando a proposta era muitas vezes mais experimental e poética do que comercial.

Já dentro da realidade brasileira, deve-se destacar o papel de dois facilitadores já citados, Tom Job Azulay e Walter Zanini, sob a roupagem de diretor do MAC-USP, que, ao colocarem à disposição do artista os meios para o desenvolvimento de trabalhos em vídeo também validam a existência da mídia e sua inserção nas estruturas de mercado da arte, como galerias e museus. Principalmente ao pensarmos que Zanini, além de historiador, crítico e curador, atuou como representante do Museu de Arte Contemporânea de São Paulo, importante instituição de arte dentro do eixo Rio-São Paulo responsável também pela consolidação de artistas. O museu então se torna, mais uma vez, juntamente com Azulay, que aqui qualificaremos como uma espécie de mecenas, um instrumento de validação mercadológica.

No MAC, graças a Zanini, foi montado, um ano depois da aquisição do equipamento, em 1977 o Setor de Vídeo, a disposição dos artistas. Anteriormente, em 1973, o Museu foi responsável pela primeira apresentação de vídeo num museu brasileiro, com o Registro do Passeio Sociológico pelo Brooklyn realizado por Fred Forest⁶ (TEIXEIRA DA COSTA, 1997).

⁵ Após leitura dos textos de Reymonde Moulin, entende-se por “galerias *leaders*” aquelas cujo posicionamento era inovador em comparação a outras, comandadas por empreendedores e não negociantes, possuidores de novas relações com os artistas, as instâncias culturais e o público. Responsáveis pelas novas regras dos mercados de arte e tendências dominantes mobilizando ao redor de si uma gama de atores econômicos e culturais.

⁶ Ainda segundo Teixeira da Costa e textos disponíveis no sítio da Bienal de São Paulo fica claro que ante-

Reservo então este espaço para discutir a instituição MAC como elemento validador. A nomenclatura do museu, Museu de Arte Contemporânea já garante a ele um status diferenciado perante os meios da arte. Esse status fica mais que claro através da seguinte citação de Moulin:

Os museus de arte contemporânea são, pela aura do lugar e pela erudição do conservador, a instância maior de validação da arte. O papel contextual, ecológico e institucional do museu de arte contemporânea foi muitas vezes ressaltado. Numerosas criações, concebidas originalmente para contestar a arte, o mercado e o museu, exigem, para que sejam compreendidas na complexidade de sua intenção, e até mesmo para que sejam percebidas como arte, o acompanhamento do comentário crítico e o efeito separador do museu. Esse último traça a fronteira entre o que é arte e o que não é, ou ainda não é. O diretor do museu empenha sua garantia a princípio na identidade do bem enquanto arte (MOULIN, 2007: 30).

Ao pensar no trecho acima e no que já foi exposto com relação a mídia aqui trabalhada, percebe que o interesse do diretor Walter Zanini pelo vídeo e o apoio da instituição MAC a produção vídeo-artística brasileira são elementos fundamentais para o desenvolver e consolidação da mídia em terras brasileiras em uma época de desenvolvimento embrionário da mesma. Por certo, o MAC e seu diretor abriram as portas do interesse pela videoarte para outros artistas.

Outros dois marcos foram o convite à primeira geração de “video-makers” brasileiros para participarem de uma mostra de vídeo na cidade norte-americana de Filadélfia em 1974 (DELEHANTY 1975 apud MACHADO, 2007) e a 13ª Bienal de São Paulo em 1975, chamada de “bienal dos videomakers”⁷, que contava com 280 artistas de 43 países e 1579 obras. O caráter da Bienal fica claro ao refletirmos sobre a seguinte passagem de um texto lançado em 1975 no Diário de São Paulo:

Entrar no stand japonês causa surpresa. Em lugar dos esperados quadros ou esculturas, o público encontrará um complexo aparelhamento de televisão, vários monitores, câmaras e espelhos. O “Jogo Vídeo-Cópia”, obra de Keigo Yamamoto (figura 1), exige a participação de público. Consiste de dois monitores de TV. No de cima, o desenho de um polígono aberto. No de baixo surgirá a imagem de cada um dos desenhos que o público fizer, tentando imitar o desenho do japonês. [...] Ao lado dos “jogos” estão as obras de Katsuhiko Yamaguchi, que receberam o Prêmio Indústria Villares, de 3mil dólares. Utilizando-se também dos recursos do vídeo [...] (Fundação Bienal, 2016, n/p)

A Bienal foi responsável por trazer para terras brasileiras um importante recorte da produção de videoarte internacional e pela divulgação dessas obras e artistas. Um outro exemplo desse recorte foi a participação da aclamada obra TV Garden, do pioneiro sul-coreano Nam June Paik. (Figura 2).

Na ocasião da exposição, a instalação, de 1974, pertencente hoje ao museu Guggenheim, de dimensões variáveis, consistia em 15 aparelhos de televisão a cores, 5 em preto e branco, video-cassete, splitters, amplificadores e video-

riormente, na 12ª Bienal, na 8ª Jovem Arte Contemporânea (JAC) e na *Maison de France* no Rio de Janeiro já haviam sido apresentadas obras de vídeo arte, no entanto em caráter mais discreto. Identifica-se então os exemplos citados como pontos marcantes na exibição dessas mídias.

⁷ Nesta Bienal foram apresentadas 42 obras identificadas como vídeo, 33 pelos Estados Unidos, 5 pelo Japão e 4 pelo Brasil, sendo dessas quatro obras brasileiras, 3 obras identificadas como audiovisual e 1 identificada como super-8. Essa informação foi obtida após análise do catálogo da 13ª Bienal.

3mil dólares. Utilizando-se também dos recursos do vídeo [...] (Fundação Bienal, 2016, n/p)



Keigo Yamamoto
Cópia, 1957
vídeo-jogo (Fonte: catálogo da 13ª Bienal de São Paulo, 1975: 175-176)



Nam June Paik
TV Garden, 1974
15 aparelhos de tv a cores, 5 em preto e branco, vídeo-cassete, splitters, amplificador e vídeo tape.
30min (Fonte: catálogo da 13ª Bienal de São Paulo, 1975: 127)

-tape *Global Groove*, 1973, colorido, sonoro, além de palmeiras e vasos com plantas artificiais dispostos sobre o chão em uma sala especial. O vídeo em exposição durava 30min e foi produzido nos laboratórios da WNET-TV de Nova York. A participação de Paik juntamente com vários outros artistas na Bienal, deixa ainda mais evidente a importância do recorte e ascensão da videoarte. Foram apresentadas 43 obras de uma mídia ainda experimental e pouco estabelecida no cenário nacional!

Assim, considerando o currículo vitae do qual fala Moulin (2007: 24) ao contexto da videoarte como um outro elemento validador, no que se refere à presença em exposições, prêmios, galerias e coleções, observa-se a construção de sua validação. A mídia vem sobre o rótulo de arte contemporânea, à qual “a presença no espaço substitui a distância no tempo para validar o artista” (MOULIN, 2007: 25) e se instaura dentro das estruturas mercadológicas vigentes dentro de uma categoria de obras “muito diversificada e muito instável, que alimenta um mercado dinâmico e fragmentado, subdividido em múltiplos sub-seguimentos” (MOULIN 2007: 23), “caracterizado pelas incertezas quanto aos valores estético e financeiro” (MOULIN 2014 apud FERRAZ, 2015: 118). Este rótulo vem em virtude do movimento de expansão das artes e contexto social de transformações identificado ao longo da década de 1960 e seguintes, e é um elemento transformador das relações mercadológicas.

Para pensarmos na inserção da mídia no mercado, apresentada sua visibilidade no campo das exposições, feiras e galerias, usa-se o seguinte trecho:

A constituição dos valores artísticos contemporâneos, no duplo sentido estético e financeiro do termo, efetua-se pela articulação do campo artístico e do mercado. O preço ratifica, com efeito, um trabalho não econômico de credibilização no plano estético, um trabalho de homologação do valor realizado pelos especialistas, isto é, pelos críticos, historiadores da arte contemporânea, conservadores de museu, administradores da arte e curadores. Uma vez obtido no mercado, o preço facilita e acelera a circulação e internacionalização do julgamento estético. No decorrer dos anos 1970 e 1980, o mundo da arte ocidental forneceu um exemplo particularmente puro das interações entre o campo cultural e o mercado [...] (MOULIN 2007: 26)

A presença de outros agentes do mercado artístico fica ainda mais evidente ao fazermos uso de um estudo sociológico de Moulin em 1967, trazido por Ferraz, onde afirma-se:

“[...]os negociantes de arte inserem o artista na economia social transformando os valores estéticos em valores econômicos [...] isso implica a mobilização de outros agentes culturais legitimadores – instituições, museus, críticos de arte, curadores, historiadores, museólogos e especialistas da área em geral – que junto com os negociantes, formam redes complexas de circulação de capital econômico e simbólico em torno da produção artística.” (MOULIN 1967 apud FERRAZ, 2015: 117).

Ao pensarmos então no caminho da produção vídeo-artística brasileira observa-se a presença marcante dos elementos de validação e inserção mercadológica apresentados por Moulin, destacando, ao longo deste artigo, o papel desses elementos nesse trajeto. Conseguimos associar com o que a autora chama de *marchand* empreendedor (MOULIN, 2007: 26) as figuras dos facilitadores Azulay e Zanini, como “assumidor de riscos, comanditário, organizador e inovador. [...] ele é intermediário exclusivo entre um criador e seus clientes

potenciais [...]” (idem, 2007, p.26) dados os papéis que desempenharam como proponentes da inserção das produções vídeo-artísticas em coleções, bienais, e galerias, supondo aqui o papel que as figuras tinham como influenciadores. Assim, segue-se então para as considerações finais a respeito do tema.

Apesar das ideias iniciais de ruptura e de um trabalho não comercial nascido em um contexto de expansão e experimentação artística, o mercado se reestrutura para englobar a videoarte aos seus meios. A mídia, avaliada, questionada e validada pelos citados especialistas encontra um espaço de aceitação e circulação e passa a fazer parte das mais variadas coleções. Sendo um grande indicio de sua já confirmada aceitação a presença da videoarte em instituições financeiras, como exemplificado através do caso do Itaú Cultural que “no ano de 2011 começa a construir um acervo das obras de artistas brasileiros na intersecção entre as artes contemporâneas e o audiovisual, com o objetivo de preservar e difundir essa área de expressão”. (FILMES E VIDEOS DE ARTISTAS, 2007, n/p)

Conclui-se então que a videoarte, nascida em um contexto de ruptura, é validada e estimulada por fatores mercadológicos, mesmo “contra sua vontade”, devendo muito, no contexto brasileiro, a figuras de marchands e museus, tendo sua área de expressão confirmada e aceita ao ganhar espaço de difusão e comercialização, sendo absorvida pelo mercado como mídia contemporânea comercializável e valiosa, inserida em feiras, mostras e coleções.

O movimento de ruptura e apropriação é comum ao mercado da arte, sendo o caso aqui apresentado um exemplo do funcionamento deste pêndulo e de sua dependência de estruturas maiores que englobam a arte. Para sua validação e existência, a expressão estudada se apoia sobre galerias, museus, facilitadores que a agregam, difundem, estruturam. Ainda, a inserção de uma nova mídia em estruturas mercadológicas dá credibilidade à sua existência de forma continua, onde se torna não mais um experimento, mas uma obra e um produto consolidado. Para o futuro resta-nos observar e avaliar a inserção e consolidação de novas mídias dentro do esquema mercadológico da arte.

Referências bibliográficas

- FERRAZ, Tatiana Sampaio. Quanto vale a arte contemporânea?. São Paulo, Novos Estudos no.101. 2015 p.117-132.
- FUNDAÇÃO BIENAL. XII Bienal de São Paulo. São Paulo: Fundação Bienal. 1975. Disponível em <http://www.bienal.org.br/publicacao.php?i=2138> .Acesso em: 24 de maio de 2017. (Catálogo da Exposição)
- _____. Exposições: 13° Bienal de São Paulo. 2016. Disponível em <http://www.bienal.org.br/exposicao.php?i=2330> .Acesso em: 24 de maio de 2017.
- GUGGENHEIM. Num June Paik. Disponível em: <https://www.guggenheim.org/artwork/9537>. Acesso em: 24 de maio de 2017.
- ITAÚ CULTURAL. Filmes e vídeos de artistas. Disponível em <http://www.conteudopublicacoes.com.br/filmesevideosdeartistas/a-cole%C3%A7%C3%A3o.html> .Acesso em 25 de maio de 2017.
- MACHADO, Arlindo (org). Made in Brasil: três décadas de vídeo brasileiro. São Paulo: Iluminuras/Itaú Cultural, 2007.
- MELLO, Christine. Extremidades do Vídeo. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.
- MOULIN, Reymonde. O Mercado da Arte: mundialização e novas tecnologias.

Porto Alegre: Zouk, 2007.

TEIXEIRA DA COSTA, Cacilda. Vídeo no MAC. In: MACHADO, Arlindo (org) Made in Brasil: três décadas de vídeo brasileiro. São Paulo: Illuminuras/Itaú Cultural, 2007. p.66-73.

VENTURELLI, Suzete. Arte: espaço_tempo_imagem. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1º reimpressão, 2011.

VIDEOARTE . In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2017. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3854/videoarte>>. Acesso em: 25 de Mai. 2017. Verbete da Enciclopédia.

XAVIER, Tainá Mara Moreira. Videoarte na Pinacoteca do Estado de São Paulo. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Museologia). FCI/UnB. Brasília. Orientador: Emerson Dionísio Gomes de Oliveira

ZANINI, Walter. Videoarte: uma poética aberta. In: MACHADO, Arlindo (org) Made in Brasil: três décadas de vídeo brasileiro. São Paulo: Illuminuras/Itaú Cultural, 2007. p.51-59.