

Professor Doutor
Isaac Antonio Camargo

Curso de Artes Visuais
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

HISTÓRIA DA ARTE

***Arte, publicidade e mídia:
Art Pop, Pop Art, Pop Stars.***

O advento do Modernismo traz novas proposições artísticas e apresenta novas Estratégias Discursivas tornando-a cada vez mais complexa.

A chamada Cultura de Massa e a Indústria Cultural se instauram e se apropriam de várias características da Arte e as associam ao mercado, isto favorece o surgimento de uma nova tendência artística: A Pop Art.

A partir da década de 1950, os artistas defendem que a arte deve facilitar o acesso do público e sua inteligibilidade recorrendo aos signos e símbolos retirados do contexto da mídia e ao imaginário decorrente da cultura de massa e da vida cotidiana é isto que irá caracterizar a Art Pop.

Pop Art ou Art Pop revela esta tendência.

O hermetismo do qual vinha se revestindo a Arte Moderna afastava o público, neste sentido, é que o surgimento da Art Pop vem em defesa da popularização da Arte por meio de atitudes mais próximas das pessoas usando aquilo que elas já conhecem ou tem familiaridade, daí o uso de elementos da Cultura de Massa.

Não podemos confundir Arte Popular com Art Pop, pois as origens são bem diferentes. A Arte Popular é comumente associada às manifestações artísticas que surgem de ambientes culturais, em geral, comunidades mais fechadas e sem muito acesso aos padrões e sistemas mais eruditos.

Ao contrário, a Art Pop é justamente o oposto: usa a sociedade de consumo como base para suas proposições.

A Cultura de Massa, decorrente da globalização que iniciada nas primeiras décadas do século XX, é o arsenal de dados que irá alimentar a Pop Art.

A sociedade ocidental deste período investe pesadamente na industrialização e, conseqüentemente, no consumo. Desenvolve a indústria do espetáculo como o cinema e de comunicação como a televisão.

Tanto o Cinema quanto a TV ao se tornarem veículos de comunicação de massa passam a influenciar o gosto da sociedade, a moda e os comportamentos de consumo.

Assim há uma interação de caráter cultural entre estes dois ambientes: o da Arte e o da Cultura de Massa. Elementos de um e de outro se mesclam.

Na Alemanha, os estudos da chamada Escola de Frankfurt, da qual participaram pensadores como Walter Benjamin, Theodor Adorno e Max Horkheimer, entre outros revelaram esta nova situação social.

Foram estes últimos que usaram o termo Indústria Cultural (Kulturindustrie) em texto escrito em 1942 e publicado em 1947, em Dialética do Esclarecimento, no capítulo intitulado: O Iluminismo como mistificação das massas, no qual discutem a situação da Arte na sociedade capitalista e industrial.

O desenvolvimento de uma sociedade que valoriza o mercado e o entretenimento em detrimento da Arte é uma característica que começa se delinear nesta época. O discurso destes pensadores é tentar clarear e desmistificar a ilusão que o capitalismo industrial cria ao dizer que a satisfação do consumo é também estética e cultural.

Neste sentido a Arte se encontra numa encruzilhada, de um lado a tendência ao hermetismo que começa a se delinear no contexto da Modernidade e, de outro, a de transformar as criações artísticas em produtos industriais, de comunicação que atinjam e estimulem o mercado para o consumo cego e inconsequente.

Ao sentir que a Arte começa a se tornar inacessível para a maioria da população, justamente por exigir mais reflexão do que apreciação, alguns artistas passam a investir em estratégias que buscam aliar o novo mundo industrial, capitalista e comercial às proposições estéticas, numa tentativa de reverter o processo de afastamento.

É na Inglaterra que esta tentativa de recuperar o espaço da Arte na sociedade que surgem as primeiras manifestações Pop.

O batismo é feito pelo crítico britânico Lawrence Alloway (1926 - 1990) que chama de Pop a colagem de Richard Hamilton, intitulada: *O que Exatamente Torna os Lares de Hoje Tão Diferentes, Tão Atraentes?*, de 1956.

Esta obra, concebida como pôster e ilustração para o catálogo da exposição *This Is Tomorrow* (Este É o Amanhã) do Independent Group de Londres, o quadro carrega temas e técnicas da nova expressão artística. A composição de uma cena doméstica é feita com o auxílio de anúncios tirados de revistas de grande circulação.



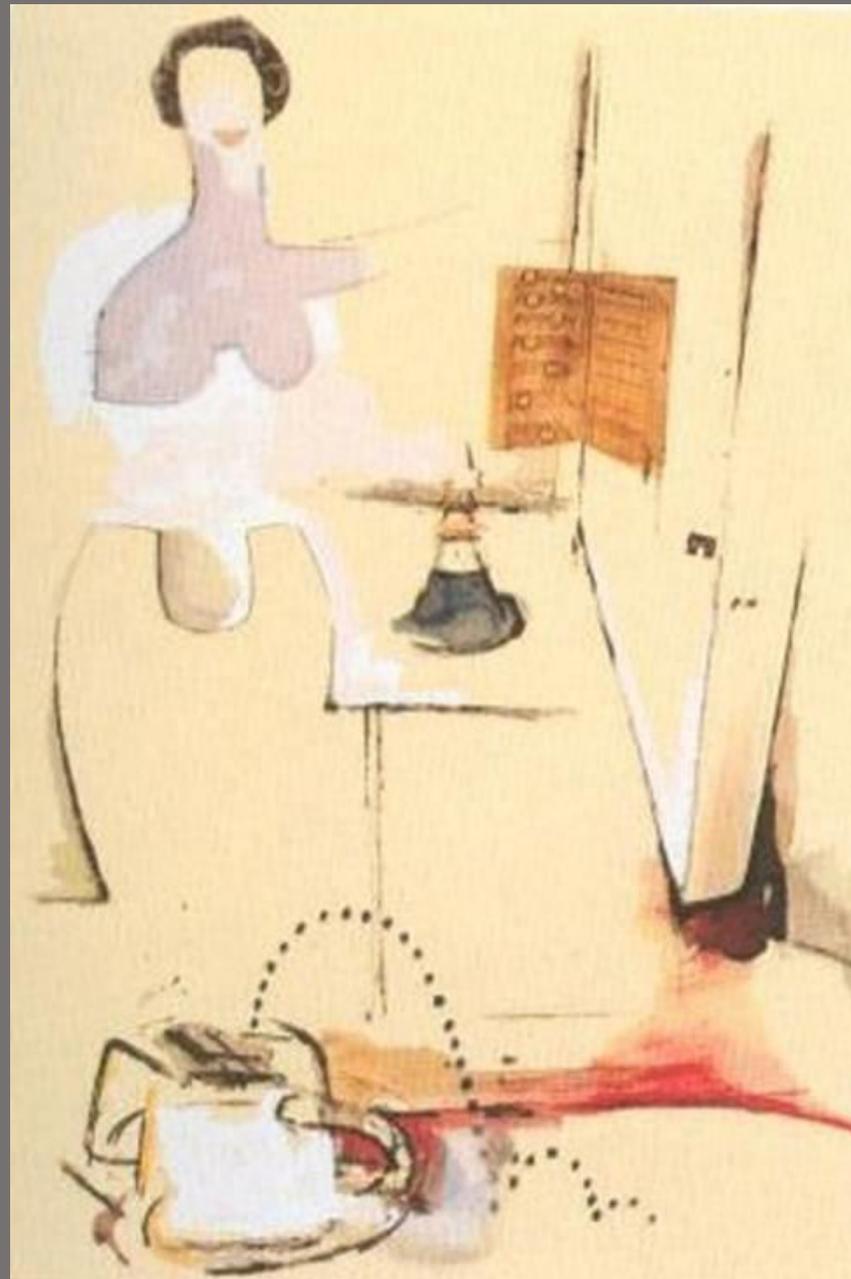
Just what is it that makes today's homes so different, so appealing? 1956.



Adonis is Y
fronts,
1963.



\$he, 1958-61.



\$he, 1958.



Homenagem à Crysler
Corporation, 1957.



Robert Rauschenberg

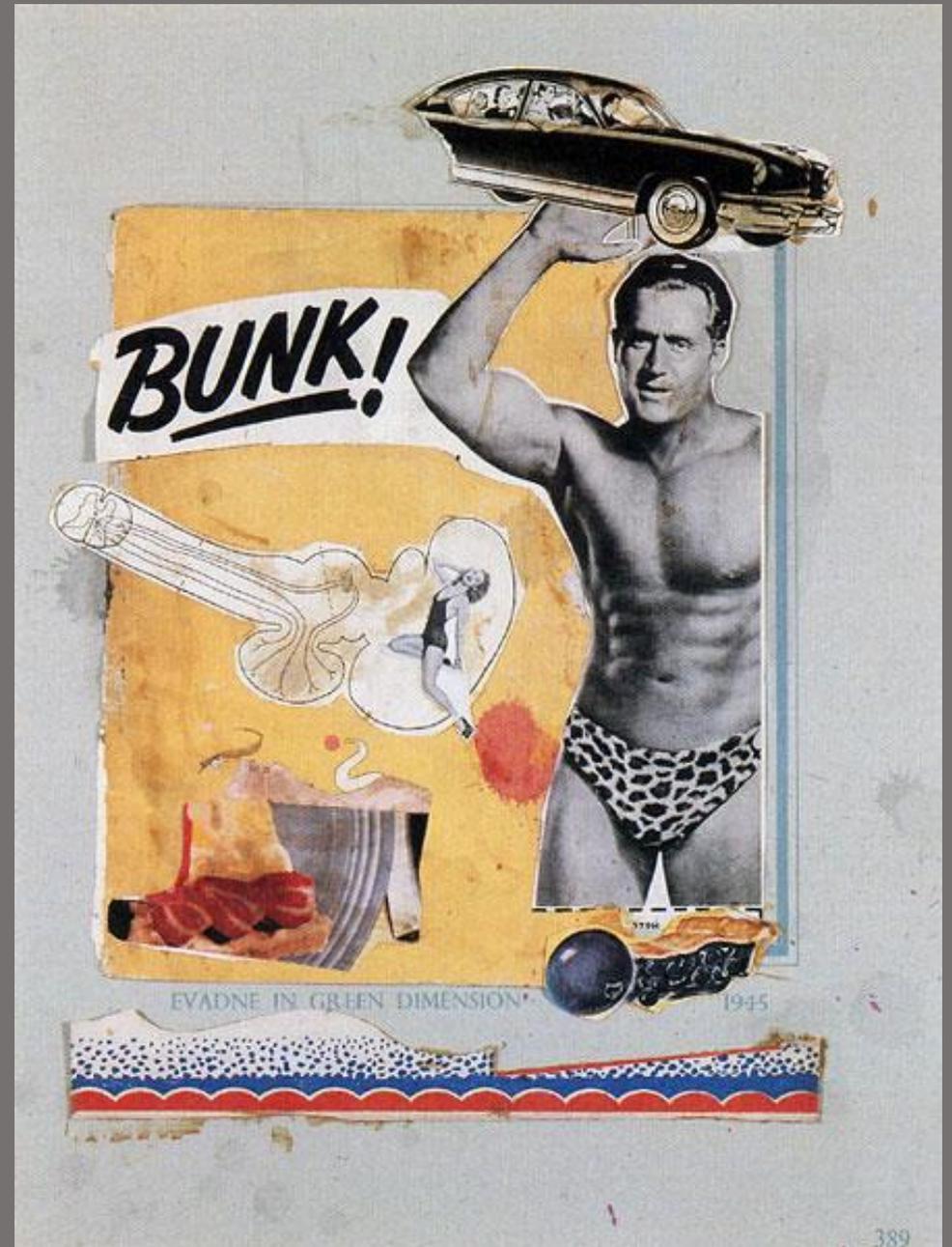
Interior,
1964-65

Em 1957, Hamilton define os princípios centrais da nova sensibilidade artística: trata-se de uma arte "popular, transitória, consumível, de baixo custo, produzida em massa, jovem, espirituosa, sexy, chamativa, glamurosa e um grande negócio".

Além dele, outros integrantes do Independent Group, fundado em 1952, são: Eduardo Luigi Paolozzi, Richard Smith e Peter Blake que vão definir as características deste novo momento da Arte a Pop Art.

Eduardo Luigi Paolozzi
(1924 - 2005).

Bunk! Evadne in Green
Dimension, 1952.





Meet the people, 1948.



It's a Psychological Fact
Pleasure, 1948.



Dr. Pepper, 1948.



I Was a Rich Man's Plaything, 1947.

Richard Smith (1931)



Piano,
1963.



PM
zoom,
1963.

ICA Print - Reproduzido por Katana Studio

Peter Blake (1932)



On the Balcony, 1955-57.



Circus, 1950.



Capa do album,
St Pepper's Lonely
Hearts Club Band.

Embora a Art Pop tenha se iniciado na Inglaterra, e o Independent Group seu precursor, a primeira e última exposição do grupo é realizada em 1956 na Whitechapel Gallery em Londres.

Depois disso os artistas continuam suas carreiras isoladamente.

Em fins da década de 50 e até 1963, nos Estados Unidos os artistas trabalham isoladamente até que, duas exposições - Arte 1963: Novo Vocabulário, Arts Council, na Filadélfia, e Os Novos Realistas, Sidney Janis Gallery, em Nova York reúnem obras que se beneficiam do material publicitário e da mídia, nos moldes do que já havia acontecido antes na Inglaterra, é o início do Pop americano.

É nesse momento os nomes de Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Claes Oldenburg, James Rosenquist e Tom Wesselmann se destacam, além deles Robert Rauschenberg e Jasper Johns vão compor também o cenário Pop.

Os artistas norte-americanos tomam ainda como referência certa tradição figurativa local com uso de imagens e objetos tomados do cotidiano.

Entre eles, Warhol se tornam referências da arte pop, tendo por exemplo algumas de suas obras referenciais como: 32 Latas de Sopas Campbell, 1961/1962, Caixa de Sabão Brilho, 1964, e os trabalhos com imagens da atriz Marilyn Monroe (1926 - 1962), como Os Lábios de Marilyn Monroe, Marilyn Monroe Dourada e Díptico de Marilyn de 1962.

Andy Warhol, 1928 – 1987.



Marilyn's Lips, 1962



Campbell's Soup Cans, 1962



Brillo Boxes, 1964.



Marilyn Monroe, 1962

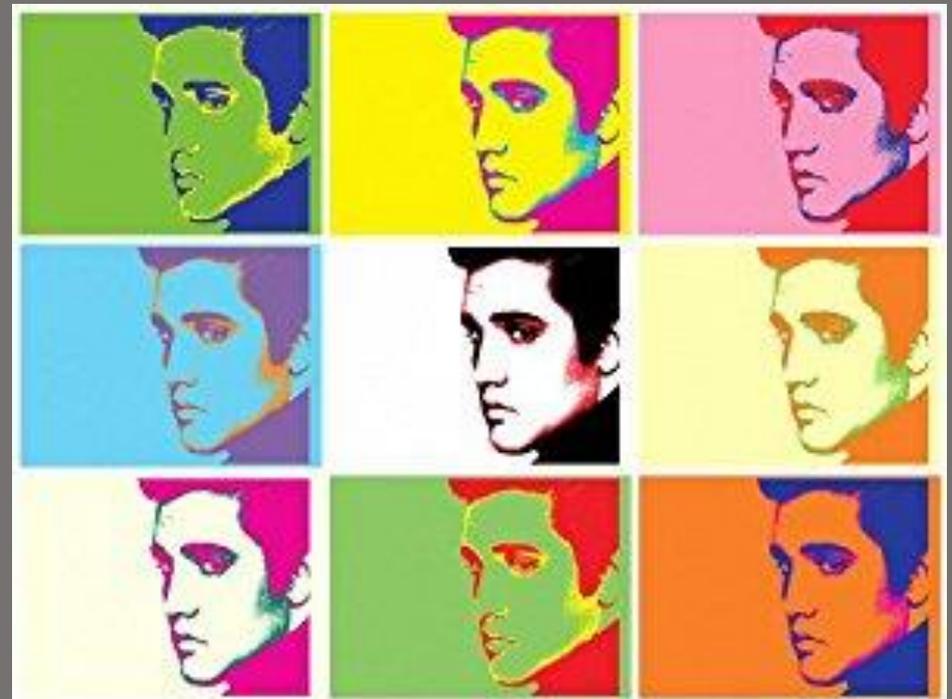
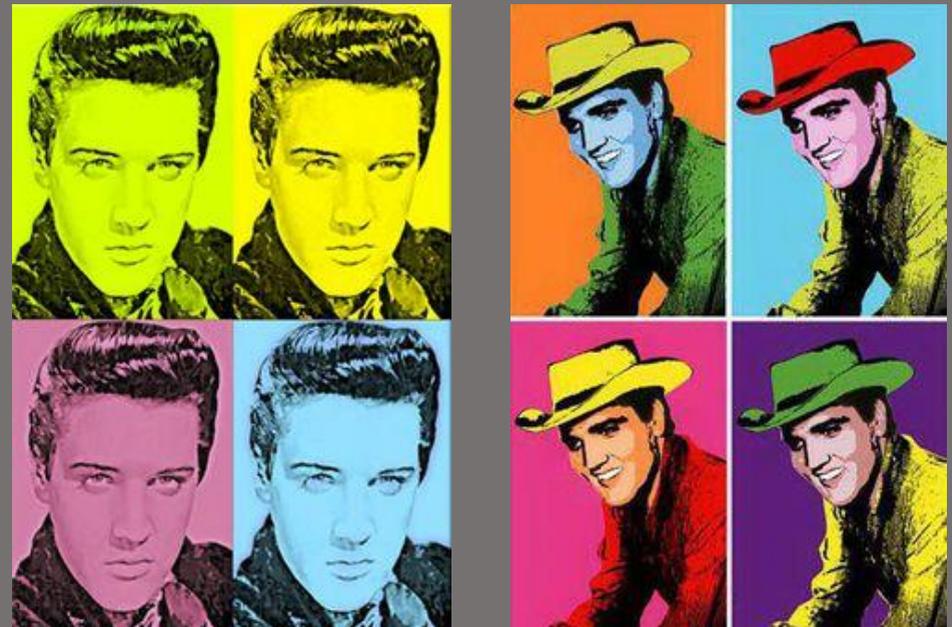








Elvis Presley.





Campbells Soup.



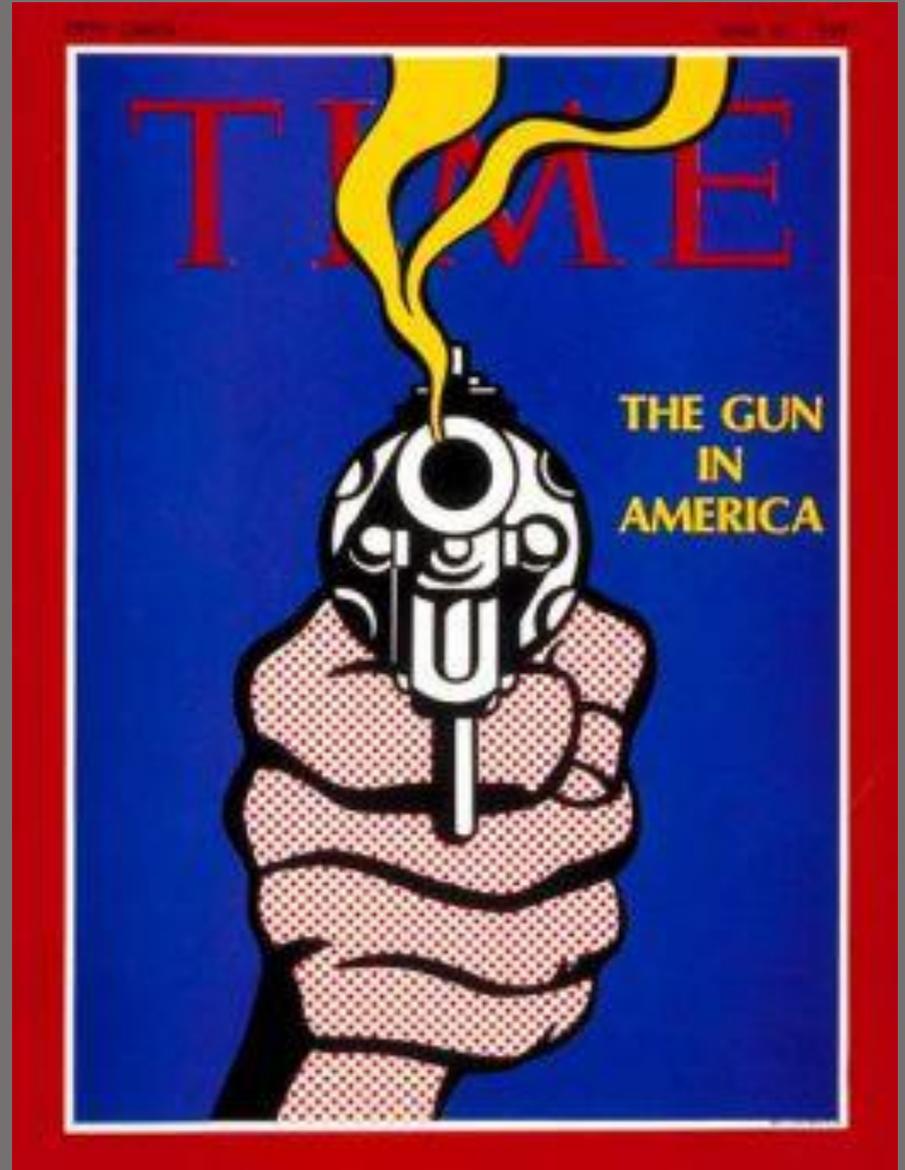
Roy Lichtenstein, 1923 –
1997.



Whaam!, 1963.



Hopless!, 1963.

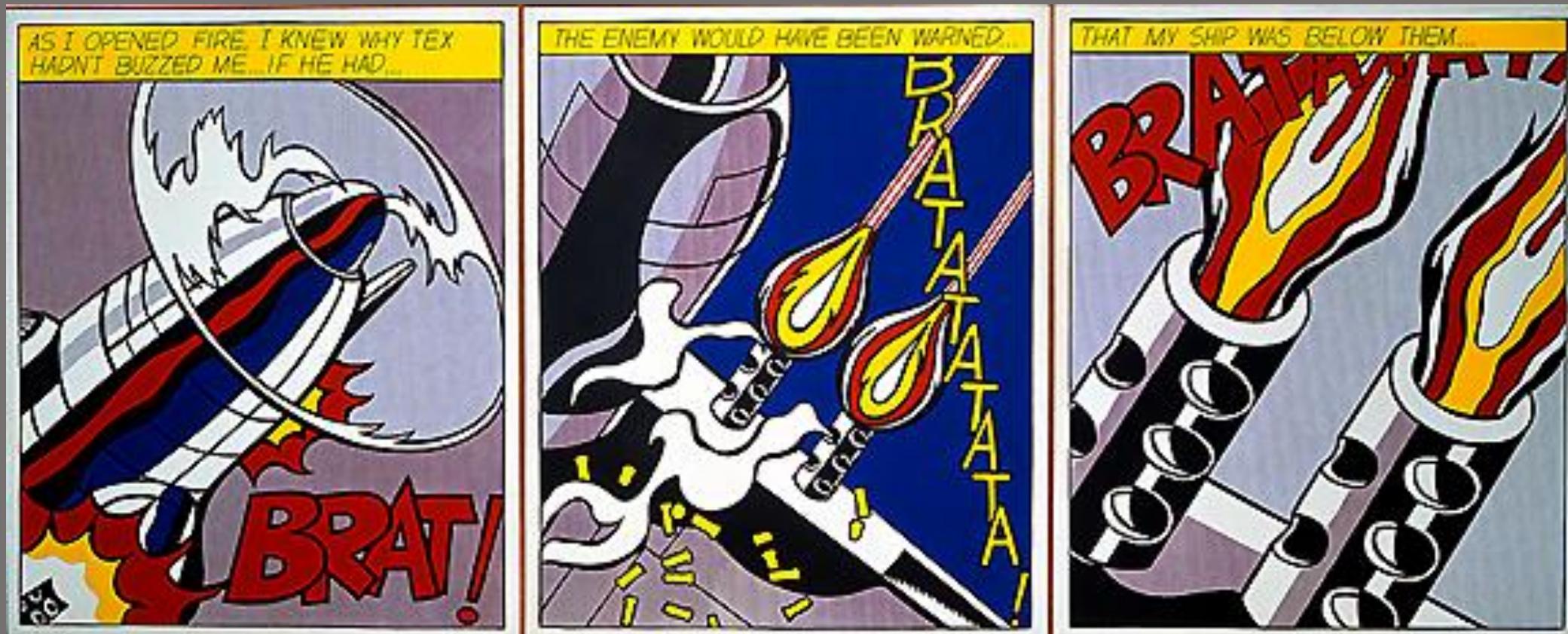


Gun, 1968.



Sonne-
naufga,
1965.





As I Opened Fire, 1964

Claes Oldenburg, 1929.



Giant
Floor
Burger
1962



Giant BLT
(Bacon,
Lettuce and
Tomato
Sandwich).
1963.



Soft fur
Good
Humors,
1963.



Soft Dormeyer Mixer, 1965.



Softy typewriter, 1963.

James Rosenquist, 1933.



President Elect, 1961





landmark
1965





1981.

Tom Wesselmann, 1931 –
2004.



Still life 35 1963



Still
Life.



Still Life.



Landscape.



Landscape.

Robert Rauschenberg, 1925
– 2008.

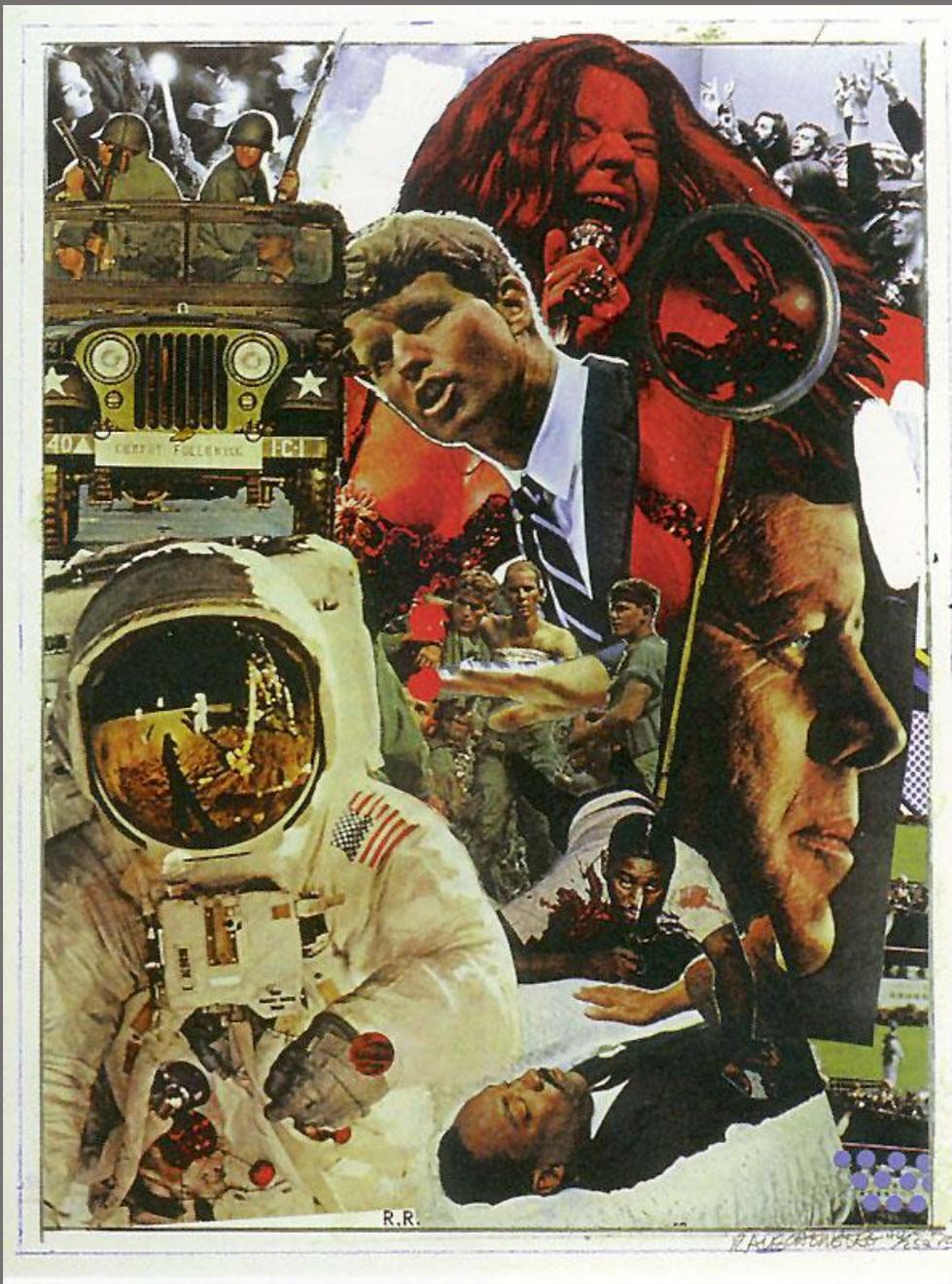


Retroactive I. 1964

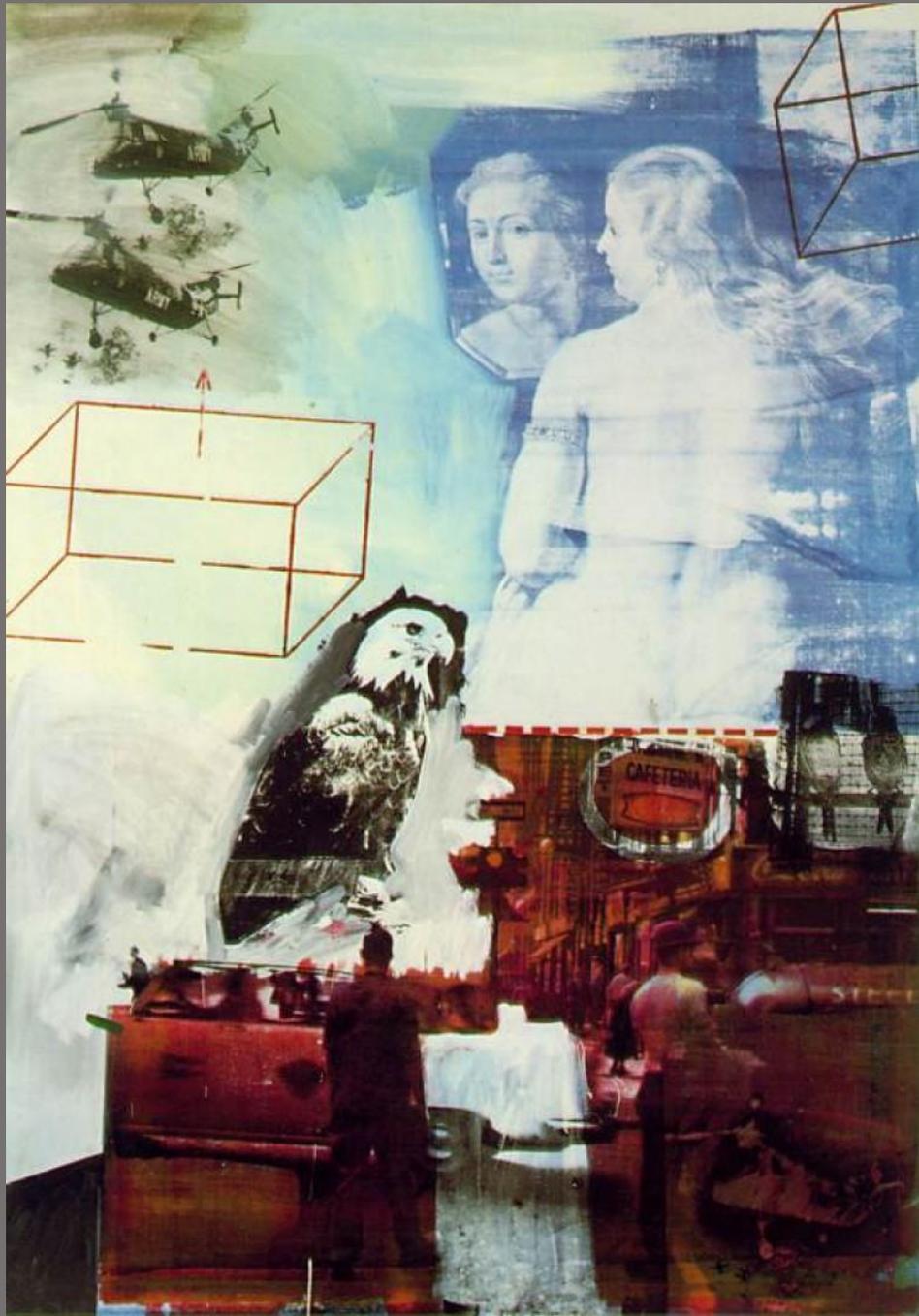
CAMARGO, Isaac A. Prof. Dr. Curso de Artes Visuais - UFMS



Retroactive, 1965.



Signos, 1965.



Tracer, 1966.



One Way, 1961.



Odalisca, 1955.

Jasper Johns, 1930.

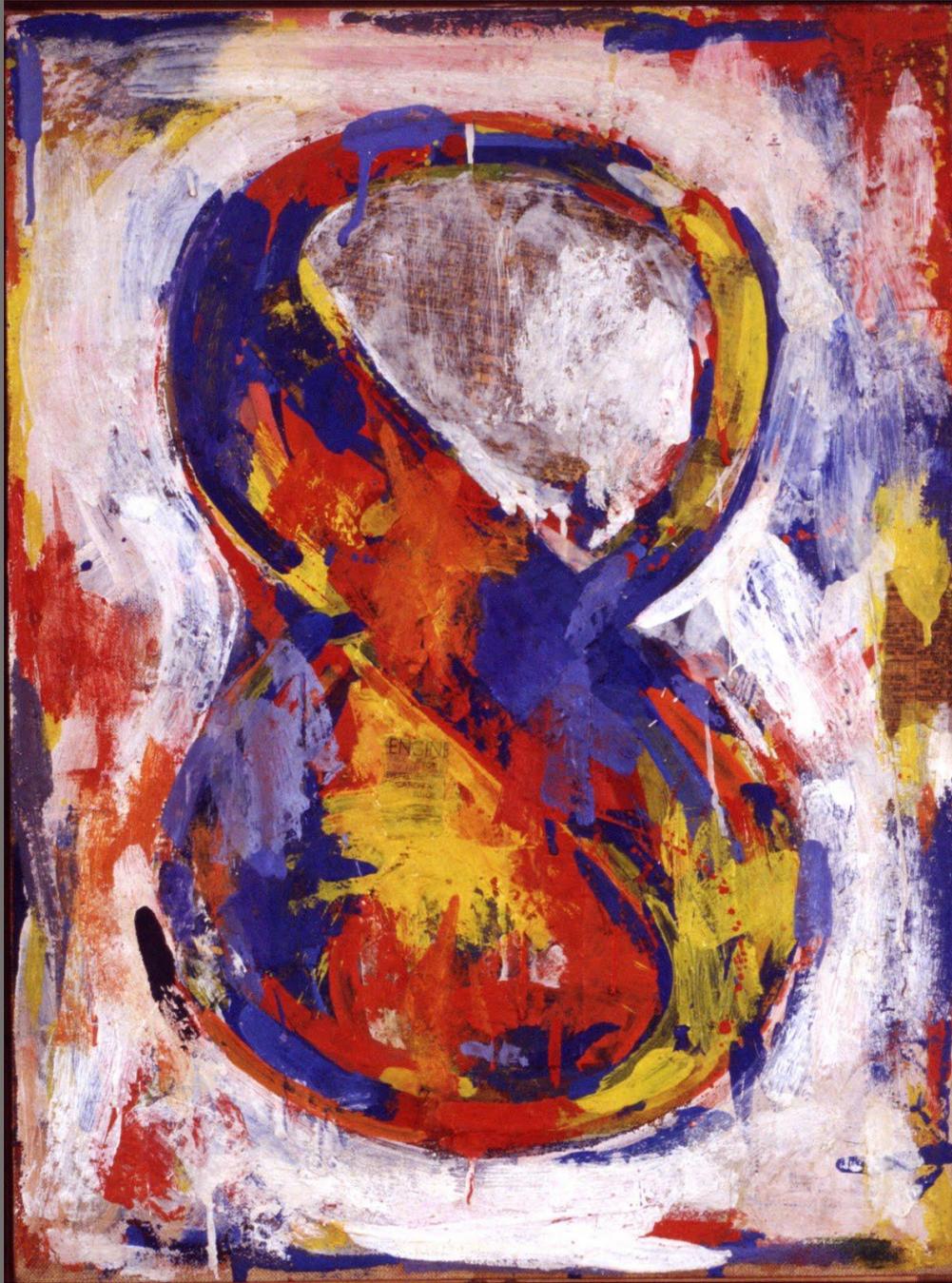


Flag, 1958.









CAMARGO, Isaac A. Prof. Dr. Curso de Artes Visuais - UFMS









CAMARGO, Isaac A. Prof. Dr. Curso de Artes Visuais - UFMS

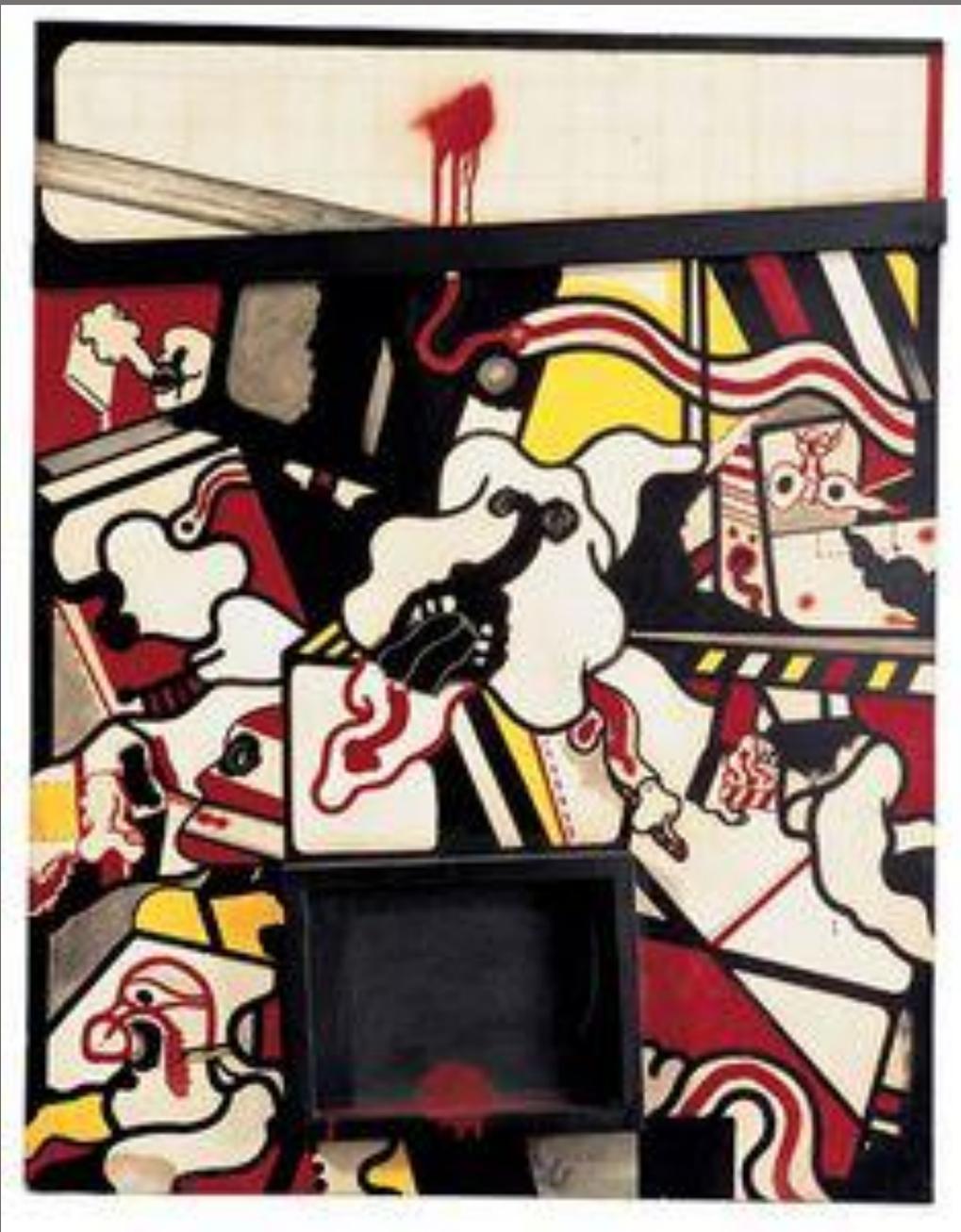
Pode-se dizer que a Art Pop foi o marco divisório, no contexto da Arte, entre a Moderno e o Pós-moderno.

As estratégias discursivas agora usavam também os recursos da mídia, da sociedade da informação e a propaganda, a Arte se torna também um produto de marketing.

No Brasil, seus efeitos foram pouco percebidos e, alguns artistas que optaram por este caminho logo saíram dele para trilhar um percurso mais contestatório, mais político e participativo.

Entre eles: Antonio Dias,
Rubens Gerchman, Cláudio
Tozzi, Ubirajara Ribeiro,
entre outros, que optaram,
na década de 60, por temas
próximos aos dos artistas
pop ingleses e americanos.

Antonio Dias, 1944.



Querida, Você está bem? 1964.



Nota sobre a morte imprevista, 1965.



Where is my land, 1968.

Rubens Gerchman, 1942-
2008.



1966.





Guevara vivo ou morto, 1967.



Não há vagas, 1965.

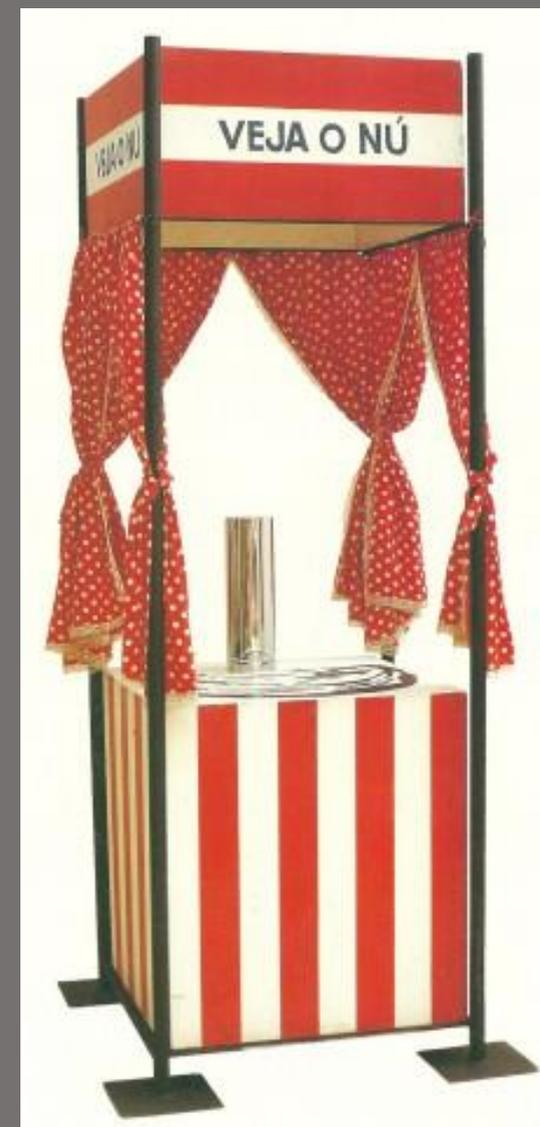


USA e abusa, 1966.

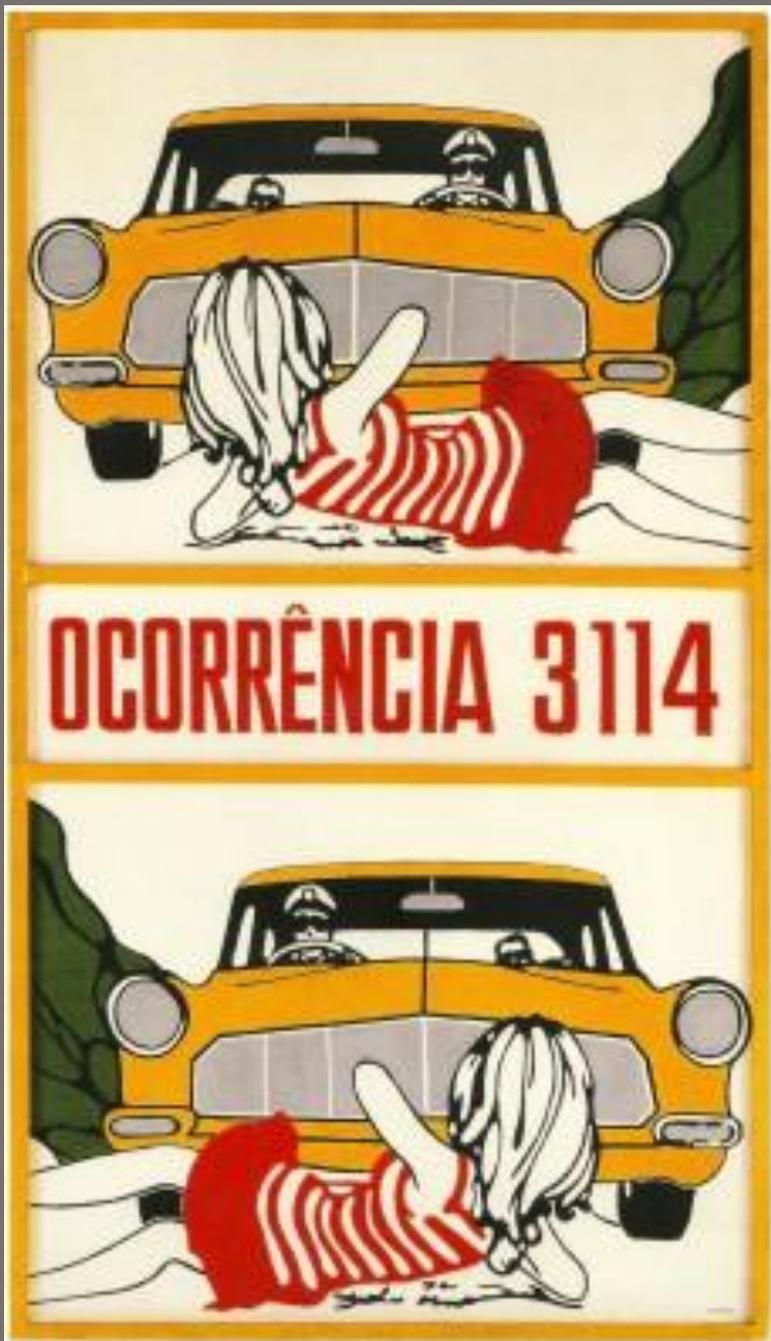
Claudio Tozzi, 1944-2013.



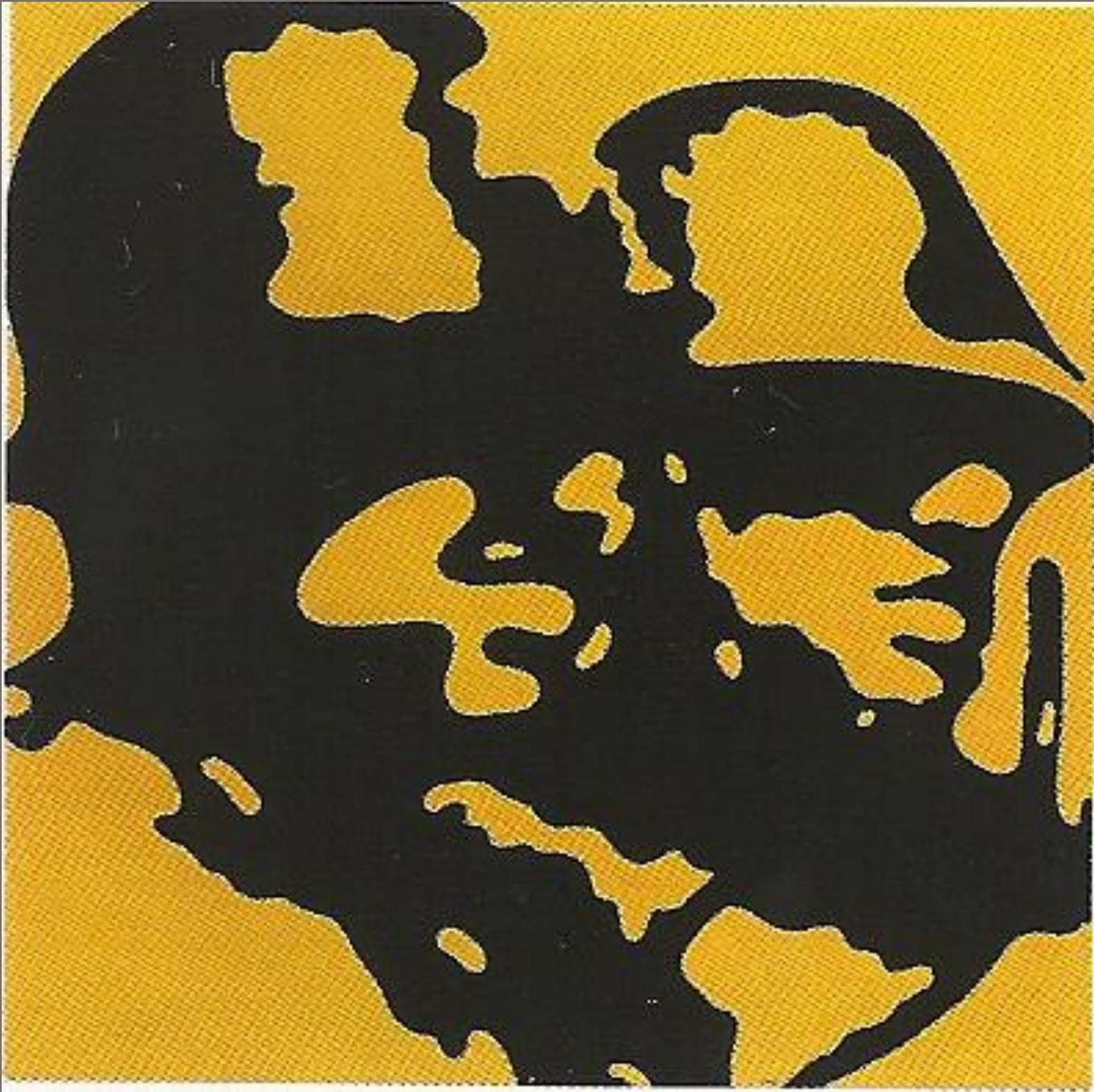
Eu bebo chop ela pensa em casamento, 1968.



Veja o nú, 1968.

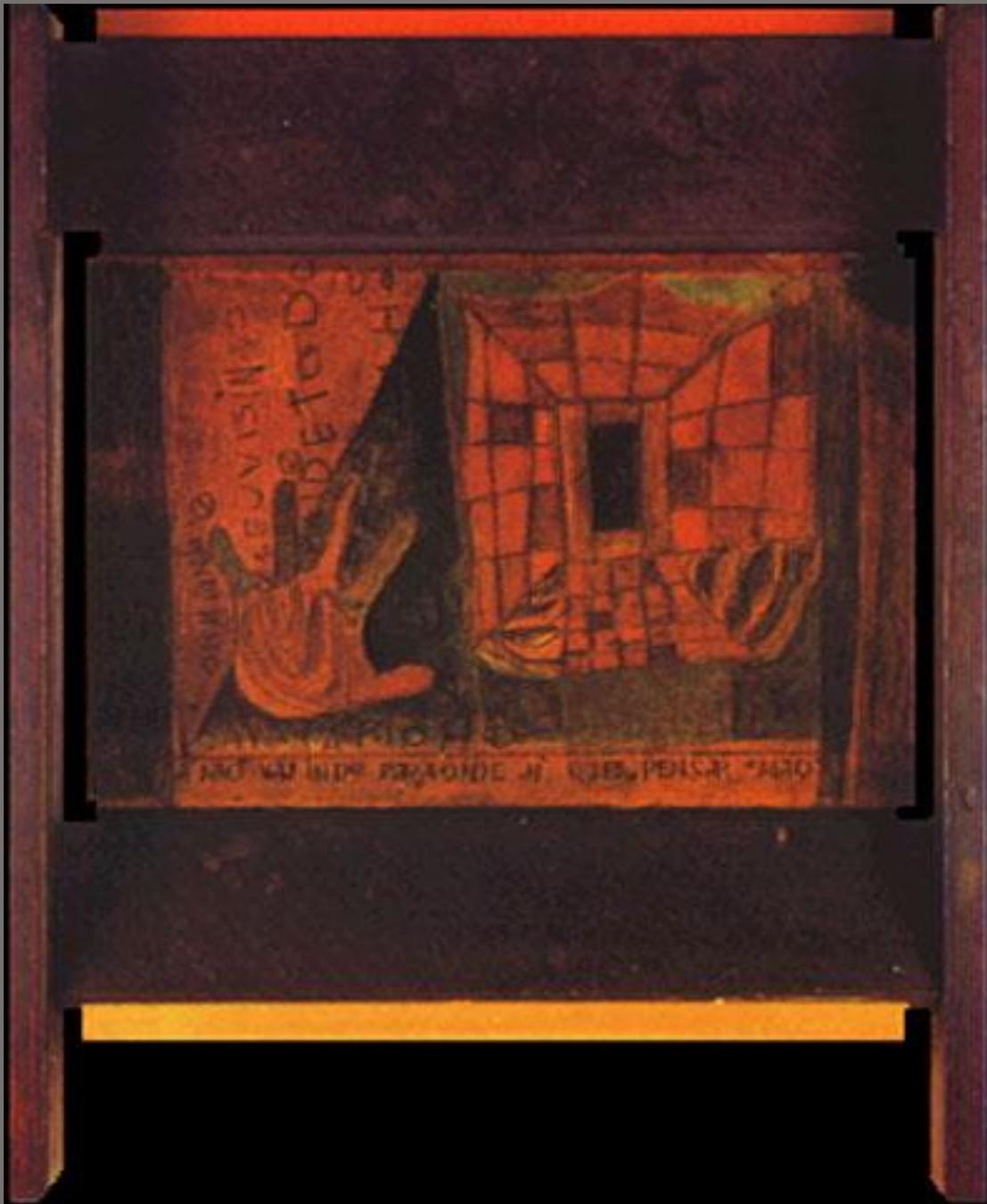


Ocorrência 3114, 1967.



Repressão, 1968.

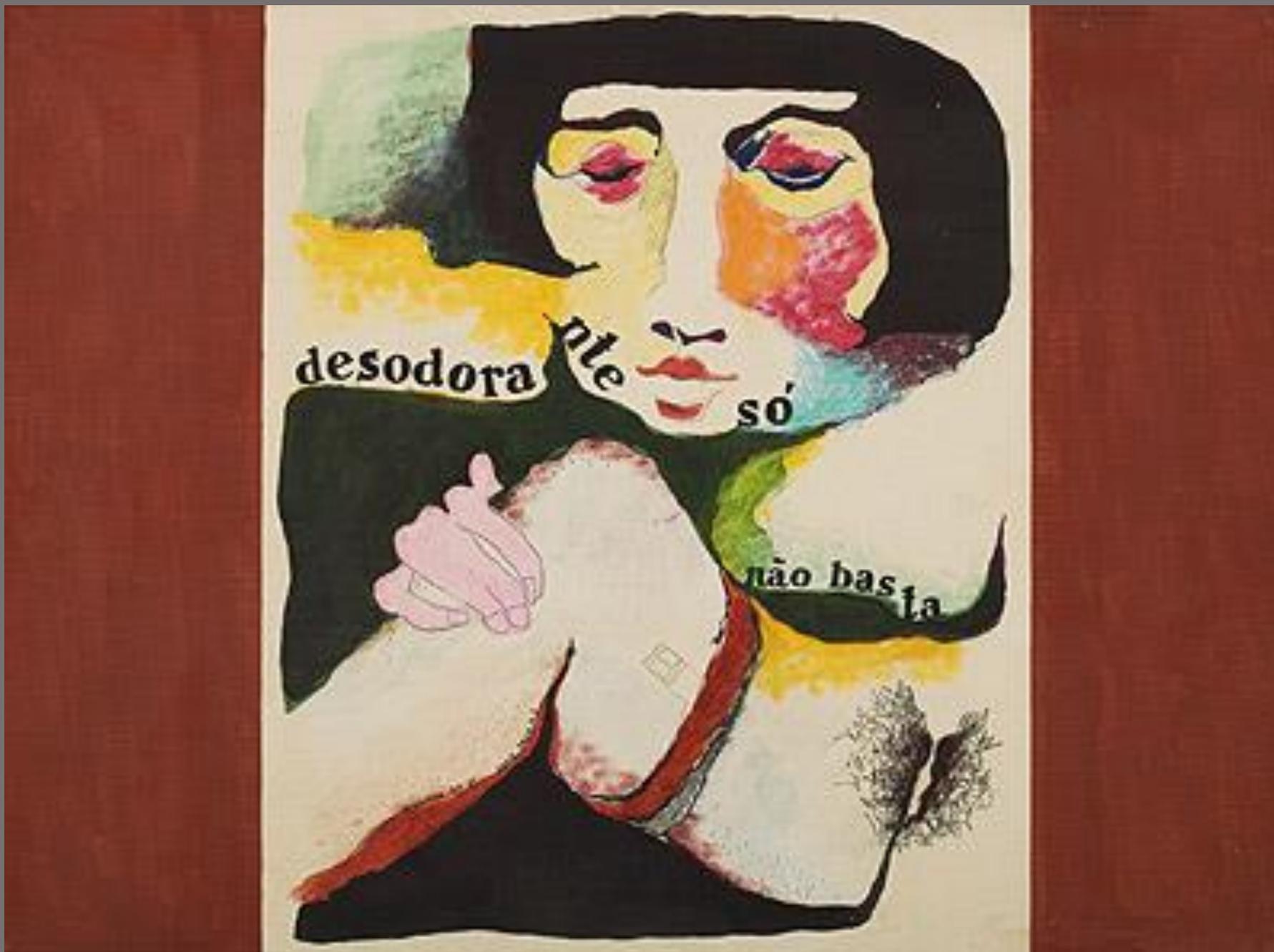
Ubirajara Ribeiro, 1930-
2002.



1965.



Zéfiro e Flora, 1966.



1967.



Sim...tudo
bem...
papai!
1967.

*“A Arte é a única forma
de atividade por meio da
qual o ser humano se
manifesta como
verdadeiro indivíduo”.*

Marcel Duchamp

ARTE . VISUAL . ENSINO

Ambiente Virtual de Aprendizagem

Este material é fruto de pesquisa documental e bibliográfica, parte das atividades docentes desenvolvidas na Universidade Federal do Mato Grosso do Sul na qual atuo como professor no curso de Artes Visuais.

É produzido e editado por mim como Objeto de Aprendizagem, publicado e difundido como material de apoio pedagógico às disciplinas nas quais atuo, por meio de publicações no site:

www.artevisualensino.com.br

O acesso ao material é livre e gratuito. Qualquer pessoa ou instituição que sentir prejudicado por este material pode entrar em contato para dirimir qualquer dúvida.