

SILVANA BRUNELLI

***Diálogo entre as Artes Plásticas e a
Publicidade no Brasil***

Tese apresentada à Área de Concentração:
Artes Plásticas da Escola de Comunicações e
Artes da Universidade de São Paulo, como
exigência parcial para obtenção do Título de
Doutor em Artes, sob a orientação da Prof^a
Dr^a Annateresa Fabris.

São Paulo

2007

SILVANA BRUNELLI

***Diálogo entre as Artes Plásticas e a
Publicidade no Brasil***

Tese apresentada à Área de Concentração:
Artes Plásticas da Escola de Comunicações e
Artes da Universidade de São Paulo, como
exigência parcial para obtenção do Título de
Doutor em Artes, sob a orientação da Prof^a
Dr^a Annateresa Fabris.

São Paulo

2007

Tese defendida em _____ de _____ de _____, perante

a seguinte comissão julgadora:

Presidente

AOS MEUS PAIS

AGRADECIMENTOS

Um agradecimento especial à professora Annateresa Fabris, por ter me aproximado do assunto desta tese. Pela sua orientação neste e em outros projetos que ocorreram e nos quais sempre presenciei uma conduta ética e uma clareza mental pouco comum. E, aproveito para me desculpar por não ter conseguido ir mais longe.

As professoras Lisbeth Rebollo Gonçalves e Ana Paula Cavalcanti Simioni, pelas contribuições intelectuais decorrentes do exame de qualificação.

Ainda a Ana Paula e a Priscila Rossinetti Rufinoni manifesto minha gratidão por aquelas dicas mágicas e pelos apoios e incentivos fraternos, que sempre nos são necessários.

Aos meus irmãos Luiz e José Carlos, pelas ajudas experientes.

Um agradecimento particular à Beatriz, por mais uma vez ter esperado tanto... E, me desculpo pelas nossas conversas tão sérias, pelas muitas brincadeiras adiadas e risadas que não pudemos compartilhar.

Aos alunos, amigos e direção da Escola de Artes César Antonio Salvi, agradeço o modo tão generoso com que souberam compreender a necessidade do meu breve afastamento das aulas.

Ao Instituto Moreira Salles pela oportunidade em pesquisar e participar do projeto **Os “reclames” de Fulvio Pennacchi: primórdios da propaganda brasileira.**

Ao CAPES pela concessão de Bolsa de Estudo durante o período de março de 2003 a março de 2004.

São Paulo, junho de 2007.

RESUMO: DIÁLOGO ENTRE AS ARTES PLÁSTICAS E A PUBLICIDADE NO BRASIL

PALAVRAS-CHAVES: publicidade, reclames, anúncios comerciais, arte moderna, arte brasileira, cartazes, artes gráficas, artistas plásticos, hierarquias artísticas, poetas.

A participação dos artistas plásticos e gráficos na publicidade brasileira, mais especificamente na comercial de produtos e empreendimentos, entre as décadas de 1920-1940 constitui o núcleo de investigação desta tese.

Se historicamente as artes plásticas e a publicidade internacionais sempre mantiveram relações estreitas e até mesmo conflituosas, indagou-se como teriam se comportado entre si esses dois campos profissionais no Brasil quando da passagem da nossa publicidade amadora para aquela moderna, impregnada, sobretudo, pelos métodos das agências norte-americanas atuantes no eixo Rio-São Paulo.

A partir de um exame atento do mercado de trabalho dos diversos profissionais considerados, procurou-se entender as motivações que os levaram a produzir peças publicitárias, o que por sua vez direcionou o estudo ao questionamento das hierarquias artísticas, pois a relação entre a arte e a publicidade prolonga o consagrado debate em torno das artes mecânicas e liberais, e, por conseguinte as disputas entre arte maior e arte menor, entre arte pura, desinteressada e livre e arte comprometida, dentre outras tipologias usuais. Concomitantemente, averigou-se como a passagem e mesmo a convivência de um sistema acadêmico com um moderno, que se constituiu a partir dos anos 1920, alterou, ou melhor, conformou o campo artístico brasileiro.

Frente a esses impasses, recorreu-se a algumas proposições teóricas mais atuais, que ao transferirem o foco problemático do campo artístico para o estético, atenuaram os questionamentos como também permitiram maior flexibilidade de análises.

Nos exames formais das peças publicitárias, selecionadas em função de suas representatividades dentro do conjunto, defendeu-se a tese de que houve

momentos em que a produção de cartazes e anúncios comerciais, este em maior número, aproximou-se de uma linguagem artística moderna, a exemplo dos projetos comerciais do artista Fulvio Pennacchi, que pertencem à coleção do Instituto Moreira Salles. E, na busca desses momentos estéticos modernos, procurou-se não enxertar e tão somente verificar correspondências com os moldes europeus, ao contrário, isso permitiu o conhecimento da nossa realidade, da modernidade artística que nos foi possível edificar, tendo em conta as variantes que o decorrer dos anos lhe agregou. Este posicionamento, em contrapartida, de forma alguma pôde desprezar o fato da história da propaganda brasileira ter fortes e ricas ligações com os modelos estrangeiros, portanto, impôs-se às análises iconográficas a tarefa de também investigar o quanto a nossa produção foi ou não uma reelaboração particular dos exemplos da arte publicitária em circulação.

A interdisciplinaridade foi uma constante neste estudo pelo entrelaçamento de informações originárias de vários campos do conhecimento, sem a qual a pesquisa não teria êxito.

ABSTRACT: DIALOGUE BETWEEN THE PLASTIC ARTS AND THE ADVERTISING IN BRAZIL

KEYWORDS: advertising, advertisement, ads, commercial advertisements, modern art, Brazilian art, posters, graphical arts, plastic artists, artistic hierarchies, poets.

The role of the plastic and graphical artists in the Brazilian commercial advertising of products and enterprises, between the decades of 1920 and 1940, is the core of investigation of this thesis.

Historically, plastic arts and advertising always kept narrow and even tough relationships in the international panorama. Therefore, in this work we have inquired the behavior of these two professional fields in Brazil as we pass from an amateur to a modern advertising. The latter has been influenced by the North-American advertising agencies from Rio de Janeiro and São Paulo.

From a painstaking analysis of the labor market of several professionals in the plastic arts field, we have tried to understand the reasons that had taken them to produce advertisement materials. This has led us to investigate artistic hierarchies, since the relationship between art and advertising only emphasizes the old debate around mechanical and liberal arts, minor and major arts, pure and compromised arts, amongst other usual typologies. At the same time we investigated how the coexistence of an academic system and a modern one, established in the years of 1920, molded the Brazilian artistic field.

Due to these impasses it was necessary to use some modern theoretical propositions that shifted the subject from the artistic to the aesthetic field, reducing doubts and allowing for a more flexible analysis.

In the critical analysis of the selected advertisement materials, we looked for instances where the posters and commercial advertisements, the latter bigger in number, approached a more modern artistic language, such as the commercial projects of the artist Fulvio Pennacchi, that belong to the collection of the Instituto Moreira Salles. In pursuit of these modern aesthetic instances we have

not tried only to find similarities with the European patterns but made an effort to understand our reality and the artistic modernity we were able to produce at that time. We did not deny the strong link between the Brazilian and the international advertising, therefore, in our iconographic analysis, we have investigated to what degree our advertisement productions were just re-elaborations of the current advertisement art in circulation.

In this thesis the interdisciplinarity played a major role due to the crossing of information from many areas of knowledge and, without it, our research would not be possible.

ABREVIações

AIBA	Academia Imperial de Belas Artes
ENBA/RJ	Escola Nacional de Belas Artes do Rio de Janeiro
ESDI	Escola Superior de Desenho Industrial
ESPM	Escola Superior de Propaganda e Marketing
FAU/USP	Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo
LAO/RJ	Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro
LAO/SP	Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo
MARGS	Museu de Arte do Rio Grande do Sul Ado Malagoli
MASP	Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand
SEMTA	Serviço Especial de Mobilização de Trabalhadores para a Amazônia
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
USP	Universidade de São Paulo

Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

