

XVI BIENAL DE SÃO PAULO

16 de outubro a 20 de dezembro de 1981

**Pavilhão Armando Arruda Pereira
Parque Ibirapuera
São Paulo - Brasil**

A arte, hoje, não pode mais ser pensada em termos diacrônicos, pois a própria velocidade de mudança acabou mudando até as formas de produção. O que vemos agora não é mais uma sucessão de ismos, escolas ou tendências como há bem pouco tempo, mas uma intervenção sincrônica de eventos artísticos e a-artísticos que explodem precisamente com a idéia linear de tempo, tida tanto pela tradição como pela vanguarda. Pode-se pensar a arte contemporânea como uma formidável bricolagem sincrônica da história (passada, recente e presente) em contradição não-antagônica.

Paralela e alternativamente aos sistemas oficiais da cultura, surge como "ação anartística" um tipo de fenômeno, a **Mail Art** ou Arte Postal, crítico ao estatuto de propriedade da arte, ou seja, à cultura como prática econômica, e que propõe a informação artística como processo e não como acumulação. Os produtores organizam-se de uma forma espontânea e por grupos de afinidade, para intercâmbio de idéias e troca ativa de informações, caracterizando um fato de caráter internacional (não o internacionalismo dos estados, das multinacionais da arte ou da cultura oficial), anartístico e paratático, individualista e de ascendência Dada, onde se evidencia que "as artes não têm nacionalidade, o que têm é estilo" (Octavio Paz).

Descentralizando parte da produção artística dos grandes centros internacionais de produção e veiculação de arte, a **Mail Art** deve sua manifestação em grande parte à democratização dos meios de reprodução, facilitadores da transmissão de mensagens de uns para outros. Se a arte tradicional transformou-se no "Museu Imaginário" (Malraux), pela reprodução quadricrômica, a **Mail Art** trabalha diretamente com esses meios de reprodução (o que fora previsto por Walter Benjamin), introduzindo no contexto da arte a multimídia e intermídia, junto com as técnicas operativas, não mais seqüenciais, mas simultâneas, sincrônicas.

Mail Art: arte de meio, arte e artesanato postal

Entre os múltiplos meios concebidos como extensões da arte e do artista, a **Mail Art** é uma estrutura espaço-temporal complexa que absorve e veicula qualquer tipo de informação ou objeto, que penetra e se dilui no seu fluxo comunicacional, gerando confusão sobre o que é e o que não é **Mail Art**. Entretanto, não interessa aqui definir o que é e não é **Mail Art**, pois nesse tipo de arte predomina o espírito de mistura de meios e de linguagens e o jogo é precisamente invadir outros espaços-tempo. A **Mail Art** ou Arte Postal (que é também um prazeroso artesanato) é essencialmente uma arte de veículo e de apoio comunicacional interpessoal ou no máximo de microgrupo. Nela tudo é conteúdo: veículos dentro de veículos. Portanto é **Mail Art** todo material ou informação que entra no seu fluxo e que tenha como dominante a função comunicativa. Daí a tendência a não considerar como **Mail Art** trabalhos de caráter estético ou mesmo os realizados por meios tradicionais.

Art, today, can't be thought of as in diachronic terms, since the speed of changing itself ended up changing even the means of production. What we see now is no longer a succession of "isms", schools, or tendencies as up to the near past, but a synchronic intervention of artistic and unartistic events that explode precisely with the linear idea of time as it is seen as much by tradition as by vanguardism. Contemporary art can be thought of as a formidable synchronous bricolage of history (past, recent, and present) in non-antagonistic contradiction.

Parallely and alternatively to the official systems of culture, there appears as an "unartistic action", a type of phenomenon, Mail Art or Postal Art, critical to the propriety status in art, that is, to culture as an economic practice, and which proposes the artistic information as a process and not as accumulation. The producers organize themselves in a spontaneous way and in affinity groups, to exchange ideas and information characterizing a situation of international character (not the internationalism of the states, of the multinational art companies or of the official culture), unartistic and paratactical, individualistic and of Dada ascendancy, where it is stressed that "the arts have no nationality, what they have is style" (Octavio Paz).

Decentralizing part of the artistic production from the great centres of international production and divulgation of art, Mail Art owes its manifestation in great part to the mediums of reproduction, facilitators of the transmission of messages to and from. If traditional art transformed itself into an "imaginary museum" (Malraux), by quadrichromatic reproduction, Mail Art works directly with these mediums of reproduction (what was foreseen by Walter Benjamin), introducing in the context of art the multimedia and intermedia, together with the operative techniques, not sequential anymore, but simultaneous, synchronous.

Mail Art: Medium Art, art and postal craft

Among the multiple mediums conceived as extensions of art and artists, Mail Art is a complex temporalspace structure that absorbs and transmits any type of information or object, that penetrates and dilutes in its communicational flux, generating confusion about what is and what isn't Mail Art. However, it is not of interest here to define what is and what isn't Mail Art, since in this type of art predominates the spirit of mixture, of mediums and of languages and the game is precisely to invade other time-spaces.

Mail Art (which is a pleasurable craft also) is essentially an art of medium and of interpersonal communicational support or, at the maximum, of microgroups. In it, all is contents: medium inside mediums. Therefore Mail Art is every material or information that enters in its flux and that has as dominant the communicative function. Hence the tendency to not consider works of aesthetic character or even those created by traditional means as Mail Art.

Os novos meios de produção, por sua vez, destacam a importância do substrato material dos signos: a reprodução gráfica, o livro, o disco, o vídeo-teipe, o xerox, o filme e a fotografia, entre outros suportes da informação. O artista da **Mail Art**, então, tem a seu dispor o mundo da informação, interagindo dentro dele, criando e recriando, traduzindo e manipulando a informação através desses meios.

O "mailartista" (como estratégia cultural) está mais interessado no mundo dos signos e das linguagens como forma de interagir no mundo do que na manipulação de objetos, pois a passagem do mundo das coisas para o mundo dos signos oferece uma maior operacionalidade com um custo mínimo. Opera-se aqui uma "desmaterialização da arte". O uso das várias linguagens leva o artista a abandonar a função poética ou estética da linguagem (como dominante), enfatizando outras funções, como a referencial documentária, a expressiva e também a impressiva (da propaganda), onde desenvolve uma forte tendência à linguagem retórica para veicular sua ideologia artística.

Com esses elementos, a **Mail Art** cria um circuito dentro do sistema da arte, ampliando-o, mas não sem contradições. Uma delas é sua penetração e apropriação por outros circuitos, mesmo institucionais. É claro que não é da natureza da **Mail Art** entrar em ritmo de exposição para o grande público: quando isto ocorre a **Mail Art** se satura na experiência do macrogrupo e a informação não é vista de uma forma fragmentária, mas em simultaneidade.

Mail Art: arte indicial. Arte do aqui-agora

Como linguagem comunicativa, a **Mail Art** opera na função fática (que acentua e testa o canal), unida à função expressiva, dando ênfase ao "meio como mensagem" e ao emissor; o "eu estou aqui" e o "I'm artist" comunicado aos outros. Engajar-se na **Mail Art** como artista implica em dar mais ênfase, de uma forma geral, à produção para uma estética da recepção, para o consumo, e sobretudo em manter um diálogo com a comunidade artística. Muito mais do que o engajamento numa produção de qualidade, o "mailartista" sabe que a informação artística produzida e veiculada hoje é consumida de maneira diluída e efêmera, através dos diferentes meios de comunicação; portanto, o que vale para ele é o presente da informação, isto é, o ato de seu recebimento. A **Mail Art** não projeta a arte para o futuro, mas para o presente, e quase sempre para o lixo da história.

Mail Art: arte em ritmo de bricolagem ou comunismo artístico

Pelo predomínio da quantidade, o "mailartista" apropria-se do mundo da informação que está a seu dispor, daí o informacionismo em ritmo de bricolagem retórica e semântica; o artesanato postal como colagem de informações em espírito de mistura.

The new means of production, on the other hand, emphasize the importance of the substratum material of the signs: graphical reproduction, books, records, videotape, xerox, film and photography, among other supports of information. The artist of Mail Art, then, has at his disposal the world of information, interacting within it, creating and recreating, translating and manipulating information through these mediums.

The Mailartist (as a cultural strategist) is more interested in the world of signs and languages as a form of interacting in the world, than in the manipulation of objects, since the passage of the world of things to the world of signs offers a greater operationality at a minimum cost. Here one operates a "dematerialization of art". The use of various languages leads the artist to abandon the poetic or aesthetic function of language (as dominant), emphasizing other functions, such as referential documentary, the expressive and also the impressive (of propaganda), where it develops a strong tendency towards rhetorical language to transmit its artistic ideology.

With these elements, Mail Art creates a circuit inside the system of art, enlarging it, but not without contradictions. One of these is its penetration and appropriation by other circuits, even institutional. It's clear that it's not the nature of Mail Art to normally exhibit to the public at large: when this occurs Mail Art saturates itself and the experience of microgroups and the information is not viewed in a fragmentary form, but in simultaneousness.

Mail Art: indicative art. Art of here and now

As a communicative language, Mail Art in phatic function (that accentuates and tests the channel), linked to the expressive function, giving emphasis to the "medium as a message" and to the emitter. The "I am here" and the "I'm an artist" communicated to others. Engaging in Mail Art as an artist, implies in giving more emphasis, in a general form, to the production of an aesthetic of reception, to consume, and above all to maintain a dialogue with the artistic community. Much more than engaging in the production of quality, the Mailartist knows that the artistic information produced and conveyed today is consumed in an ephemeral and diluted way, through the various mediums of communication; thus, what is important to him is the present of information, that is, the action of receiving it. Mail Art doesn't project art for the future, but for the present, and almost always for the trash of history.

Mail Art: art in a bricolage rithm or art communism

Owing to the prevalence of quantity, the Mailartist acquires the information world within his reach, hence informationism as a rhetoric and semantic **bricolage** rithm; the mail arts and craft as a colage of information, mixturewise. Being a potent consumer of the graphical industry, showing, in the meantime

Grande consumidora da indústria gráfica, ao mesmo tempo em que evidencia nossa imersão numa cultura de papel, a **Mail Art** faz a paródia dessa cultura. Tem-se então uma cultura **bricoleuse** a nível planetário e internacional dentro da comunidade artística, concretizando a idéia de Andy Warhol: "Todo o mundo será conhecido universalmente por 15 minutos".

Engajar-se na **Mail Art** é tornar-se **Brother in Mail**, pois a estrutura da **Mail Art** não é hierárquica e a idéia geral parece ser a aquisição constante e contínua de novos receptores-emissores para inclusão na comunidade. A **Mail Art** democratiza a prática da arte, mas não consegue superar o impasse da dialética quantidade-qualidade. É que a arte (como já viu Marcel Duchamp) nada tem a ver com a democracia.

Mail Art: Carnavalização e paródia da Cultura Dominante

Mail Art: um signo suicida, pois o excesso de significados destrói a significância e o sentido

Julio Plaza

Curador da Exposição de Arte Postal

our immersion in a paper culture, Mail Art makes a parody of this culture. One has, then, a **bricolage** culture at planetary and international level within the artistic community, materializing Andy Warhol's idea: "Everyone will be known universally for fifteen minutes".

To engage in Mail Art is to become "Brother in Mail", because Mail Art's structure is not hierarchical and the general ideal seems to be the constant and continuous acquisition of new receivers-emitters for inclusion in the community. Mail Art democratizes the practice of art, but it's not able to overcome the impasse of the quality-quantity dialectics. The thing is that art has nothing to do with democracy (as Marcel Duchamp has seen it).

Mail Art: Carnavalization and parody of the dominant culture

Mail Art: a suicide sign, since the excess of significates destroys the significance and sense

Julio Plaza

Curator of the Mail Art Exhibition