

FOTOS DO AUTOR



Hannah Höch e uma sua obra, fotografada por Marta Stanisława Sala



A carta da dadaísta

A pessoa que enviou a carta pede alívio da dívida (de 24 marcos alemães!), pois já “não tenho mais nenhum rendimento”. Pede igualmente o conhecimento da sua saída da associação.

A carta foi assinada no dia 28 de Fevereiro de 1949, por “H. H”. É a abreviação de Hannah Höch (1889-1978), a única mulher no Dadaísmo de Berlim, nascida numa família burguesa e que sobreviveu ao tempo da Alemanha Nacional-socialista. O dadaísmo foi um movimento artístico e literário, iniciado por Tristan Tzara (1896-1963) em 1916, que defende a libertação da fantasia e o questionamento de todos os modos de expressão tradicionais. O dadaísmo leva o nome do balbuciar infantil “da-da”

As fotomontagens de Hannah Höch são internacionalmente conhecidas e reconhecidas. Em 1989, a Fundação Calouste Gulbenkian dedicou uma exposição à artista em 1989, em parceria com o Instituto de Relações Culturais com o Exterior de

Estugarda e o Goethe-Institut de Lisboa. Tenho a sorte de possuir o catálogo da exposição da época.

A grande esfera de língua chinesa ainda não teve uma exposição da pioneira naquela arte dos (só) homens. Mas o seu nome está incluído na “Enciclopédia da China”, iniciativa do Conselho de Estado da República Popular da China. Chia-Jung Wu, de Taiwan, fez um trabalho académico extenso sobre a matéria, aparentemente o único do género em língua chinesa.

Hannah Höch faleceu em 1978 em Berlim Ocidental, num bairro excêntrico onde me cruzei com o seu trabalho.

No ano passado, fiz um projecto artístico e antropológico visual juntamente com a artista polaca, Marta Stanisława Sala, “Os Ideogramas de Berlim” (*Die Reinickendorfer Schriftzeichen*), com o patrocínio do Senado de Berlim. Foi uma tentativa de desconstruir o visual da vida daquele bairro através dos caracteres e símbolos, e fizemos uma pesquisa sobre a vida de Höch.

Mas só conheci aquela carta de poucas palavras na inauguração da mencionada exposição da *Berlinische Galerie*. Estas palavras ressoam, contudo, às dezenas de pedidos, anonimizados e também exibidos na mesma mostra, de assistência financeira a pessoas com a idade de mais de 60 anos e de profissão nas áreas de artes, à Associação Profissional de Artistas Visuais de Berlim (BBK na sigla alemã), durante a crise da pandemia.

Foi esta a intenção da equipa de curadoria (Frauke Boggasch, Silke Nowak, Anna Schapiro, Anna-Lena Wenzel e Norbert Witzgall) da exposição de arte, juntamente com 40 artistas, de levantar “As Questões de Classes - A arte e as suas condições de produção” (*Klassenfragen - Kunst und ihre Produktionsbedingungen*, título da exposição)

Questões estas que, embora de forma mais fragmentada e não materializada na arte, foram também levadas até Macau durante a pandemia.

* Natural de Macau onde foi intérprete-tradutor até 2013 vivendo desde então na maior parte do tempo na Europa (Alemanha e Bélgica). Actual doutorando em antropologia visual e média em Berlim.

CHEONG
KIN MAN*

No início do ano esteve exposta na *Berlinische Galerie*, o Museu do Estado de Berlim para a Arte Moderna, Fotografia e Arquitectura, uma carta escrita à mão.

É endereçada ao “*Schutzverband Bildender Künstler*”, ou seja Associação Protectora dos Artistas Plásticos, que foi absorvida pelo antigo Sindicato da Arte (*Gewerkschaft Kunst*), no mesmo ano em que a República Democrática Alemã (RDA) foi fundada, em 1949. (Recorda-se que até hoje, na China Continental, ainda há quem indique a “Alemanha Democrática” para se referir à desaparecida RDA, e à “Alemanha Federal” para a Alemanha Ocidental).

GIGANTE TECNOLÓGICA SUL-COREANA FAZ OFERTA PÚBLICA A PRODUTORA DE K-POP

A gigante da tecnologia sul-coreana Kakao anunciou uma oferta pública para se tornar accionista maioritária da SM Entertainment, uma das principais produtoras de música K-Pop, um novo passo na guerra que mantém pelo controle deste gravadora. A Kakao e a sua unidade de entretenimento, a Kakao Entertainment, pretendem adquirir mais 8,33 milhões de acções da SM para uma participação total de 35%, informou a empresa. O preço oferecido por Kakao está acima do fecho de ontem da SM na Bolsa de Valores de Seul e excede a oferta pública da sua rival nesta batalha específica, a produtora musical Hybe. A oferta pública de Hybe expirou na semana passada e terminou em fracasso, pois conseguiu adquirir menos de 1% da SM. O anúncio da empresa tecnológica ocorre após uma batalha pelo controle da produtora entre Kakao e Hybe aberta no final de Fevereiro, quando nessas datas detinham respectivamente 9% e 19% das acções da SM. A disputa entre a Kakao, que controla vários das aplicações móveis mais utilizadas diariamente na Coreia do Sul, e a Hybe, agência musical por trás do fenómeno global BTS, pode ser a chave para o futuro da indústria da K-Pop, uma das grandes exportações culturais do país. A SM é uma das três grandes produtoras musicais que deram origem à indústria e, além de ter lançado lendas como *Girls' Generation* ou *Shinee*, actualmente representa grupos como *EXO*, *NCT* ou *Red Velvet*.



TOBLERONE É OBRIGADO A MUDAR LOGO APÓS MUDANÇA DE FÁBRICA

O pico da montanha Matterhorn vai ser removido em breve da embalagem do Toblerone, quando parte da produção do chocolate for transferida da Suíça para a Eslováquia. A empresa americana Mondelez, que fabrica o Toblerone,

disse que a imagem da montanha de 4.478 metros de altura, um dos cartões postais da Suíça, será substituída por um pico mais genérico. A mudança na embalagem será feita para não violar uma lei que visa proteger a marca “Suíça”, em vigor desde 2017 no país. Na realidade, a legislação prevê que símbolos nacionais não podem ser usados para promover produtos à base de leite que não sejam fabricados exclusivamente na Suíça - e, no caso de outros géneros alimentícios, pelo menos 80% da matéria-prima do produto deve ser proveniente do país. Como parte da produção vai ser transferida para a Eslováquia, a embalagem da barra de chocolate em forma de pirâmide, que reproduz a imagem do pico alpino, vai ter que passar por uma reformulação. Em comunicado enviado à BBC, a Mondelez explicou que estava transferindo parte da produção para fora do país para “responder ao aumento da demanda mundial e expandir nossa marca Toblerone no futuro”. A companhia informou que a nova embalagem incluiria uma “nova fonte e logótipo diferenciados, inspirados ainda mais nos arquivos Toblerone, e a inclusão da assinatura de nosso fundador, Tobler”. O Toblerone, o chocolate em forma de montanha feito de leite suíço com nougat de amêndoas e mel, foi colocado à venda pela primeira vez em 1908 em Berna, capital da Suíça.

