

ARTE, OBJETOS ESTÉTICOS E RELAÇÕES CULTURAIS

Sandra Regina Ramalho e Oliveira⁸

Resumo - Este estudo, em desenvolvimento, tem como objeto as imagens estéticas e sua significação. Como somos seduzidos pelas imagens do cotidiano? E por quê? Quais são as relações entre a arte e os objetos estéticos? Como alcançar o significado no complexo sistema de significação do texto visual?

Palavras-chave: imagem – semiótica visual – moda – *design* industrial – publicidade.

Abstract - This article has the aesthetic images and gadgets, including the artistic, and their significations, as subject. How are we seduced by aesthetic images and gadgets? And why? There are relationships between artistic images and the aesthetic ones? How can we do to read the texts' complexity of the visual universe?

Key-Words: image – visual semiotics – fashion design – product design – publicity.

Um ponto de partida

Esta pesquisa partiu de questionamentos acerca de relações: relações entre áreas de conhecimento, dentro mesmo da Universidade; e relações entre contextos culturais mais complexos, quais sejam, entre duas nações, o Brasil e a França. O ponto de intersecção entre esses dois universos de relações é o fenômeno estético, seja ele uma imagem do cotidiano ou uma obra-de-arte.

O fenômeno estético visual, ou a imagem, havia sido objeto de estudo em um trabalho anterior.¹ Assim sendo, esta investigação pretende dar continuidade ao estudo da visualidade e, mais especificamente, gerar conhecimentos que possibilitem ampliar o acesso do cidadão comum aos conteúdos veiculados pelas imagens. Daí a justificativa de uma advertência colocada já no início, antes mesmo do sumário: este trabalho é destinado a decepcionar aqueles que esperam a densidade que o assunto comporta, já que pretende atingir alunos de graduação e pós-graduação que não tiveram a oportunidade de estudar semiótica em seus currículos e, até mesmo, os leigos em arte, em moda, em *design* ou em publicidade, que se interessam por esses temas. Isso porque tanto o objeto de estudo, a imagem, quanto a ferramenta usada para estudá-la, a semiótica, demandam, em alguns

⁸ Licenciada em Educação Artística, Udesc, 1976; Mestre em Educação, UFRGS, 1986; Doutora em Comunicação e Semiótica, PUC/SP, 1998. Membro das Sociedades Internacionais de Semiótica e Semiótica Visual. Professora CEART/UDESC.

¹ RAMALHO E OLIVEIRA, S. R., **Leitura de imagens para a educação**. Tese de Doutorado do Programa de Estudos Pós-Graduados em Semiótica da Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 1998

casos, serem *decriptadas*. E, aqui, ao contrário do que pode ser esperado de um estudo de pós-doutorado, a intenção é a de simplificar a complexidade.

De acordo com o projeto de pesquisa, os objetivos deste estudo eram, explicitamente – e continuam sendo - aprofundar estudos anteriores, relacionados à significação de imagens visuais; identificar elementos estéticos comuns ao objeto estético e à obra-de-arte, através de análise correlacional; investigar a capacidade de persuasão de manifestações que tenham origem em um contexto hegemônico sobre a identidade de culturas periféricas; consolidar um modelo de análise voltado para a leitura de textos visuais, modelo que possa ultrapassar os muros da academia para ser usado pelo cidadão comum.

As relações culturais

Na introdução, buscou-se contextualizar a questão das relações culturais entre Brasil e França, com base em bibliografia publicada em ambos os países, com destaque para a produção de brasileiros publicada na França, sobre os temas “arte” e “cultura”. Aprofundou-se, então, a discussão, através de um retrospecto histórico, do Brasil Colônia aos tempos atuais, dedicando um espaço maior – e uma seção específica - à Missão Artística Francesa, de 1816. Ao fazer um levantamento de locuções francesas usadas no momento presente na língua portuguesa falada no Brasil, percebeu-se que grande parte delas é utilizada para designar fenômenos estéticos, em diversas áreas: nas artes plásticas, na moda, no *design*. A partir dos dados levantados, constatou-se que as relações culturais entre Brasil e França, no campo da estética, são de dominação, mas não de uma dominação do tipo coercitiva, mas uma dominação sedutora, uma dominação através de propostas estéticas apresentadas aos órgãos dos sentidos.

Pascal Ory², introduzindo o tema “Paris, capital cultural do fim do século”, referia-se ao século XIX, questionando se é possível haver hegemonia em matéria cultural e considerando cultura como o conjunto das representações coletivas características de uma sociedade. O autor passou, então, a responder seu próprio questionamento, dizendo que falar de hegemonia cultural é o mesmo que

postular que as culturas não nascem nem crescem de modo igual, e que também não há igualdade entre os espaços sociais (cultura erudita – cultura popular), nem entre os espaços geográficos (culturas dominantes – culturas dominadas).

² Cf. P. Ory, Paris, capitale culturelle de la fin de siècle. In: **Quarante-huit**/Quatorze, Paris, Musée d’Orsay, n. 6, 1994, p. 14, tradução nossa.

No seio e, mais precisamente, no topo desta hierarquia, um papel “capital” foi confiado a algumas grandes cidades: é isso que resulta logicamente da predominância das sociedades urbanas sobre as sociedades rurais, desde, aproximadamente, a metade da Idade Média.

Os diversos códigos estéticos, ou seja, os textos visuais que estão sendo estudados neste trabalho, inserem-se no que Ory denomina “representação coletiva de uma sociedade”. Assim sendo, pertencem aos domínios da cultura. E, como ele mesmo admite, houve, durante um longo período, essa supremacia de Paris sobre outras grandes cidades europeias, como Londres, Berlim e Viena, estendendo-se, em seguida, para outros países, como Estados Unidos e Escandinávia e para países de língua latina, dentre os quais o Brasil se enquadra.

Os motivos dessa hegemonia cultural francesa sobre o mundo ocidental são diversos: o acúmulo de bens (a história comprova que os períodos de maior desenvolvimento científico e artístico coincidem com os de opulência material, e não com os de decadência), o número e o grau de consolidação de instituições culturais e científicas e a abertura para receber estudantes ou aprendizes das mais distintas origens, os quais levaram para seus países os valores da estética francesa, pautada na liberdade de criação.

Pascal Ory conclui seu ensaio, primeiramente, reconhecendo que, após a Segunda Guerra, a supremacia cultural deslocou-se para os Estados Unidos, e, em seguida, que, em matéria de cultura, a dominação não equivale a uma coerção: há que existir abertura, pluralismo, audácia, competição (no bom sentido...), e solidariedade. Para complementar a contextualização deste estudo, que apresenta diversas dimensões das relações culturais entre Brasil e França, o primeiro capítulo se completa com um breve apanhado das principais linhas teóricas da semiótica, em que se assume a filiação à semiótica *greimasiana*, também conhecida como semiótica *francesa*, mais especificamente, aos estudos desenvolvidos por Jean-Marie Floch e Andrea Semprini, seguidores de Algirdas Julien Greimas.

Arte e estética do cotidiano: uma abordagem semio-estética.

Algumas questões básicas são abordadas ao longo das diversas seções nas quais cada capítulo está dividido. Uma delas é a diferença entre arte e objeto estético, um tema sempre

polêmico, para o qual é adotado o conceito proposto por Jan Mukarovsky³. Segundo ele, todo o texto que, entre suas funções, apresenta a função estética como a mais importante, pode ser considerado como arte. Por outro lado, toda imagem que tem a função estética como secundária é um objeto ou evento estético. Assim sendo, fica menos complexo compreender por que certos textos estéticos incorporam, ao longo do tempo, o *status* de obra-de-arte, não tendo sido concebidos como tal. Catedrais deixam de ter como principal função a religiosidade, onde sequer são oficiados ritos; cartazes não mais têm como função principal a função informativa; ilustrações de livros de botânica ou de história deixam de ter a função ilustrativa como a mais importante. Esses exemplos mostram que a classificação como arte muda porque a função mudou.

Outras questões teóricas e metodológicas vão sendo introduzidas, preparando o leitor para acompanhar as análises de imagens apresentadas na etapa final do relatório de pesquisa (ou do livro, caso se consiga publicá-lo). Assim, o leitor não receberá uma verdade pronta; tendo se apropriando de conhecimentos que embasam as análises que serão propostas para as imagens, poderá ele mesmo complementá-las, ou criar novas formas de se relacionar com os textos visuais. Para tanto, foram estudados os elementos constitutivos da linguagem visual, separadamente, embora se saiba que a significação não se dá no isolamento, mas nas combinações possíveis entre esses elementos. Assim, o ponto, a linha, o plano, a forma e a superfície, a cor, a luz, o brilho e a saturação, a dimensão, a escala, a profundidade e o volume, a textura, o suporte, a moldura e o recorte são discutidos, a partir de proposições anteriores; em muitos casos, remete-se o leitor a obras mais abrangentes ou aprofundadas. Assim, diante de qualquer imagem, seu “decodificador”, aqui chamado de leitor, terá respostas para uma pergunta, que deve ser a primeira: “que elementos compõem essa imagem?”

Ainda neste segundo capítulo, são apresentadas diversas possibilidades de articulação desses elementos constitutivos. Trata-se dos “procedimentos relacionais”: a “sintaxe” do texto visual. Como o criador repetiu, inverteu, equilibrou ou contrastou os elementos constitutivos, entre outras inúmeras possibilidades? Então, o leitor da imagem, depois de ter visualizado os elementos, passa a vasculhar as relações estabelecidas entre esses elementos. “Como estão organizados os elementos na imagem?” Esta é a segunda pergunta. Então, não há um rol de possibilidades a apresentar.

Isso porque, além de serem praticamente infinitas as possibilidades, as normas do texto visual não são fixas. Não existe uma gramática do texto visual. Ao contrário: quando um cânone, quando um paradigma estético é quebrado ou transgredido, ele passa a ser mais uma fonte de sentido. Isso quer dizer que existem alguns usos consagrados, os cânones, as normas estéticas,

³ Cf. J. Mukarovsky, **Escritos sobre estética e semiótica da arte**. Lisboa: Estampa, 1993.

enfim, os usos conhecidos, mas violá-los, transgredi-los não é o mesmo que cometer um erro; é simplesmente, através de um novo uso, criar novos modos de significar.

Pode-se, então, deduzir que, no texto visual, inexistem o certo e o errado; pontos, linhas, cores, dimensões, texturas, superfícies e materiais podem ser organizados, ou relacionados dos mais diversos modos, sem haver uma falta de concordância, por exemplo, como acontece no texto verbal, embora ele também seja criativo. A exceção, no texto verbal, é a chamada licença poética, ou seja, o ato de desobedecer a uma norma gramatical, propositadamente, com a finalidade de lhe conferir alguma significação específica.

Semiótica francesa e leitura de imagens

O terceiro capítulo apresenta modelos de análise para a leitura de imagens, proposto pela semiótica greimasiana. Parte-se de um modelo desenvolvido anteriormente, uma proposta para a leitura de imagens nas escolas. Quando se fala em modelo, os pedagogos, licenciados e outros educadores estremecem, entretanto o reverso da moeda tem se mostrado tão ou mais pernicioso do que os métodos. O aleatório, o fortuito e o fugaz podem se transformar em um experimento inócuo. Planejamentos, modelos e métodos podem ser adotados, desde que não sejam considerados os únicos e desde que sejam flexíveis, em si mesmos, quando se fala em educação. E quando se fala em pesquisa, mais ainda, a cientificidade exige procedimentos adequados.

Para mostrar que não se considera um modelo criado como o único e para cumprir os objetivos deste estudo, são apresentados alguns aspectos de modelos de análise de imagens do vestuário, de logomarcas e da publicidade, criados por J.M. Floch, com base nas teorias que H. Wölfflin⁴ propôs para o estudo de imagens da arte.

As análises e as conclusões

O poder da marca se evidenciou em várias etapas dos estudos e sua capacidade de persuasão é fruto de um uso devidamente adequado da linguagem visual. O estudo seria centralizado em uma

marca reconhecida internacionalmente, inclusive entre nós, brasileiros. A primeira dificuldade que se apresentou, nesta etapa foi a de definir um *corpus* de análise. A idéia era escolher uma marca francesa, a qual pudesse oferecer imagens do vestuário, do *design* e da publicidade que estivessem presentes no cotidiano do brasileiro, nas revistas populares e nas vitrinas de *shopping centers*. A marca escolhida, com esses critérios, foi Givenchy.

No presente momento, as análises estão em fase de desenvolvimento, sendo precoce antecipá-las, até porque cada texto dessas linguagens, o *design* de moda, o *design* de produto industrial e a publicidade, serão analisados a partir de dois modelos de análise: um anteriormente por nós desenvolvido e outros propostos por J.M. Floch, fundamentados ambos nas teorias estéticas de Heinrich Wölfflin.

Algumas conclusões já estão se definindo, mas também seria prematuro apontá-las, entretanto uma está definida: mesmo se consolidando através dos séculos, distante, portanto, das modernas teorias e regras de mercado, pode-se afirmar que a França, ela mesma, é uma marca.

Referências bibliográficas:

FLOCH, J.-M. **Identités visuelles**. Paris, Presses Universitaires de France, 1995.

MUKAROVSKÝ, J. **Escritos sobre estética e semiótica da arte**. Lisboa, Estampa, 1993.

ORY, P. Paris, capitale culturelle de la fin de siècle. In: **Quarante-huit/Quatorze**, Paris: Musée d'Orsay, n. 6, 1994.

RAMALHO E OLIVEIRA, S. R. **Leitura de imagens para a educação**. Tese de Doutorado pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Semiótica da Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 1998.

WÖLFFLIN, H. **Conceitos fundamentais da história da arte**, São Paulo, Martins Fontes, 1996.

⁴ WÖLFFLIN, H. **Principes fondamentaux de l'histoire de l'art**. Brionne: Gérard Monfort, 1984, na edição francesa, e WÖLFFLIN, H. **Conceitos fundamentais da história da arte**. São Paulo: Martins Fontes, 1996, na edição em português.