

**UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

PAMELA APPOLINÁRIO PASTRELLO

***REVISTA SIMPLES:
um olhar entre a imaginação e o estranhamento***

Análise Estética da Recepção Texto/Imagem

BAURU

2007

PAMELA APPOLINÁRIO PASTRELLO

***REVISTA SIMPLES:
um olhar entre a imaginação e o estranhamento***

Análise Estética da Recepção Texto/Imagem

Monografia apresentada à
Universidade do Sagrado Coração
referente a conclusão do Curso de
Comunicação Social – Habilitação em
Jornalismo. Sob a orientação do Prof. Ms.
Antonio Walter Ribeiro de Barros Junior.

BAURU

2007

*Dedico este trabalho a Deus
e a minha família.*

AGRADECIMENTOS

À Deus, por me proporcionar viver numa família que soube me transmitir os valores e ideais com sabedoria.

Aos meus grandes heróis, que são minha referência de essência de ser humano, minha mãe Mércia e meu pai Nivaldo, que com todo esforço e dedicação, superação e fé conseguiram estruturar uma família, que é para mim, meu maior orgulho e meu maior patrimônio.

Às Minhas irmãs e minha tia Márcia pelo amor incondicional, carinho, apoio, compreensão.

Ao Professor Mestre Antonio Walter Ribeiro de Barros Junior, que pela sua competência, sensatez, contribuição, paciência, e amizade, fez crescer os meus conhecimentos acadêmicos, literários, artísticos e culturais e foi essencial para a execução deste trabalho

Aos meus tios, primos, e familiares pelo apoio e preocupação.

Aos amigos pelo companheirismo, pela união de forças, por acreditarem na minha capacidade.

RESUMO

A mídia está em constante evolução. A sociedade evolui com ela e percebe, cada vez mais, a importância de transmitir informações a públicos distintos. Esta monografia tem por objetivo desenvolver uma leitura texto/imagem de uma revista especializada em cultura (moda, música, cinema e arte), que circula na mídia impressa brasileira. Deteremos nosso olhar sobre a revista *Simples*, edição especial de arte publicada em agosto de 2003. Trata-se então de uma análise estética que parte de imagem, texto e capa, buscando compreender os efeitos recepção e as relações estabelecidas entre texto e a imagem. Além deste diálogo, o conteúdo sobre o assunto mídia pode trazer análises sociais que enriqueçam a leitura e percepção do indivíduo.

Palavras-chaves: arte, mídia impressa, leitura do texto e da imagem, estética da recepção.

ABSTRACT

The media is in constant evolution. The society evolves with it and realizes the importance of providing diverse audiences with information. The objective of this monograph is to develop a lecture text/image of a magazine specialized in culture (fashion, music, cinema, and art) which circulates at Brazilian media magazines. Looking our view upon the magazine named “Simples”, especial edition art published in August 2003. It’s about an esthetic analysis that comes from image, text and cover, to comprehend the reception effects and the relation between text and image. Besides this dialogue, the contents about media can bring social analysis, which enriches the lecture and perception of individual.

Key-words: art, printed media, lecture of text and image, esthetics of reception

SUMÁRIO

RESUMO	5
ABSTRACT	6
SUMÁRIO	7
LISTA DE FIGURAS	8
INTRODUÇÃO	9
CAPÍTULO 1 – ARTE E ESTÉTICA	
1.1 – O sentido da Arte.....	11
1.1.1- A origem do termo “ <i>arte</i> ” e a evolução de sentidos.....	13
1.2 – A Estética da Recepção e a Leitura Estética.....	17
1.3 – As inovações da arte: Dadaísmo e Arte conceitual.....	22
1.4 - A leitura do texto e da imagem.....	29
1.4.1 – A leitura estética.....	34
1.4.1.1 – A leitura estética objetiva.....	34
1.4.1.2 – A leitura estética subjetiva.....	35
CAPÍTULO 2 – A RECEPÇÃO DA ARTE NA MÍDIA	
2.1 - A Mídia Impressa.....	39
2.2- O significado da Estética na mídia.....	43
CAPÍTULO 3 – REVISTA SIMPLES – Uma leitura estética	
3.1 – Histórico.....	47
3.2 – Análise estética da revista.....	49
CONSIDERAÇÕES FINAIS	60
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Capa da Revista Simples, edição nº 22, especial arte.....	53
Figura 2- Matéria sobre artes visuais da p. 23 da revista.....	56
Figura 3 – Artigo de cinema da p. 34 da revista.....	57
Figura 4 – Editorial de moda da p. 98 da revista.....	59
Figura 5 – Charge da p. 119 da revista.....	61

INTRODUÇÃO

Na busca obstinada por mudanças e novidades, a sociedade sempre esteve sujeita à transformações artísticas que refletem hábitos, modas e costumes. O saber artístico faz parte do dia-a-dia do ser humano.

Em seu sentido mais amplo, porém, a arte é uma criação humana que envolve sempre valores estéticos.

Dessa forma, a percepção da arte compreende não só mudanças sociológicas e psicológicas na sociedade (intrínsecas à arquitetura, à música, à literatura, às artes visuais), nem somente os valores culturais de cada época, (religiosos, políticos, filosóficos, etc.). Fruir uma obra de arte é, sobretudo, percebê-la esteticamente.

Mídia e arte se unem na exaltação da diversidade, exercendo influência uma sobre a outra e se subdividindo, procurando atender a públicos específicos. Dessa forma, a informação jornalística está a serviço da arte, possibilitando experiências e estimulando a fruição estética do leitor.

Esta monografia tem por objetivo analisar, esteticamente, as imagens de uma publicação especializada em arte, cultura e moda, a *Revista Simples*, que possibilita um caráter inovador e moderno no trabalho jornalístico destinado ao público jovem. Deteremos nosso olhar sobre a capa e os textos da revista mostrando o resgate de conceitos artísticos.

Dessa forma, mostraremos neste trabalho como a Mídia esta relacionada com arte, isto é, possui o papel na sociedade na construção do eu e do social, com papéis estéticos, sociais e psicológicos cumpridos através das épocas, nos grupos, bem como é relacionada ao poder de expressão, o qual permite ao indivíduo colocar idealizações e fantasias ao mundo.

Arte é conhecimento, história, comportamento e cultura.

CAPÍTULO 1 – ARTE E ESTÉTICA

CAPÍTULO 1 – ARTE E ESTÉTICA

1.1- O sentido da arte

Para compreender a relação entre o jornalismo impresso e a arte, um dos principais pontos dessa monografia, devemos primeiramente entender o amplo e complexo significado do termo *arte* através de um panorama etimológico e seus sentidos que se alteram de acordo com as diferentes vivências culturais.

De acordo com Gombrich (1999, p.67) a palavra arte deriva diretamente do latim *artus*, que significa *bem feito, bem arranjado, bem ajustado*. Arte não estava relacionada diretamente à natureza da coisa, mas a uma sua propriedade, associada à *perfeição*. Neste sentido, há uma coerência semântica, quando se usa o nome da arte para designar qualquer coisa *bem feita*.

Atualmente, conceituamos arte como uma criação humana com valores estéticos (belo, feio, sublime, grotesco, etc.) que sintetizam as suas emoções, sua história, seus sentimentos e a sua cultura. Apresenta-se, dessa forma, sob variadas formas como: a plástica, a música, a escultura, o cinema, o teatro, a dança, a arquitetura etc. (BARROS, 2000, p.12).

O sentido da arte se trata, então, de um processo de abstração, de envolvimento entre o que está sendo representado e a experiência cognitivo-estética do artista e também do fruidor, o que nos levará ao campo da subjetividade e explica esta imprecisão dos pensadores ao conceituarem o significado de arte.

“O *pensamento livre* é a forma mais pura do saber, o pensamento com o qual a ciência faz seu conteúdo e assim se torna o culto mais espiritual no sentido de que o pensamento se revela capaz de apropriar e apreender o que, sem isso, só seria o conteúdo da representação e do sentimento. É assim que a arte e a religião acham a sua união na *filosofia*: une ela, por um lado, a *objetividade* da arte que, perdendo o que tinha de sensível, desta perda encontra uma compreensão na forma mais elevada do objetivo, isto é, no *pensamento*; une, por outro lado, a subjetividade da religião que se purifica até constituir a subjetividade do *pensamento*. O pensamento constitui,

efetivamente, a mais íntima e autêntica subjetividade, e a idéia verdadeira, que é também a generalidade mais completa e objetiva, só no pensamento se deixa apreender como tal” (HEGEL, 1952, p.223).

Para Hegel, arte, religião e filosofia, os três reinos do espírito, estão intimamente ligados e compartilham um destino comum: o fato de serem manifestações do Absoluto. Portanto, apreensões e expressões da verdade. A Arte é a primeira destas manifestações; exteriorização sensível do espírito e sua finalidade é “servir de objeto ao pensamento” (1952, p.223)

Para dizer se um objeto qualquer é uma obra de arte ou não, ao invés de procurarmos condições *necessárias e suficientes* para que o dito objeto seja arte ou não, pois que, por final das contas, tais condições não existem, devemos atentar, antes, para aquilo que Wittgenstein (1987) denominou *semelhança de família*. Metáfora muito pertinente uma vez que da mesma maneira que em uma família as características se alteram mantendo algumas semelhanças durante gerações, as definições para o termo arte se relacionam de múltiplas maneiras.

É por isso que, ao que tudo indica, para Paul Ziff (1966), qualquer definição de arte deve ser, sempre, provisória, pois, mesmo que consigamos estabelecer uma definição de arte em nossos tempos, no entanto:

...assim como novos e diferentes tipos de obras de arte são criadas, assim como o caráter das sociedades muda e o papel da arte nas sociedades varia, assim como tem acontecido no decurso da história, o mais provável é que tenhamos que revisar a nossa definição de obra de arte (ZIFF, 1966, p.46)

Quanto ao problema da definição de arte, há três tipos de teorias: as essencialistas, teorias da representação, da expressão e formalista; as não-essencialistas, ou seja, teorias institucionais, de filósofos como o americano George Dickie, essa teoria enfatiza a importância da comunidade de conhecedores de arte na definição e ampliação dos limites daquilo que pode ser chamado de arte; e as que, inspiradas no filósofo austríaco Ludwig

Wittgenstein, consideram ser impossível definir "arte". Em última instância, este estudo permitirá a distinção entre aquilo que é arte daquilo que arte não é.

Relativamente ao problema do valor da arte, encontramos dois tipos de teorias: as que defendem que a arte tem valor em si — teorias da arte pela arte, tendo o escritor irlandês Oscar Wilde como defensor mais conhecido — e as teorias funcionalistas, que defendem que a arte tem valor porque tem uma função, seja ela social, moral, lúdica ou cognitiva.

Nessa perspectiva, para esse estudo, partiremos, a seguir, para as diferentes etimologias do termo arte para apresentar sua evolução semântica, e em seguida, focaremos o estudo na estética da recepção.

1.1.1- A origem do termo “arte” e a evolução de sentidos

Ao analisar os radicais antigos da palavra *arte*, verificamos, de acordo com Gombrich (1999) que deriva do indo-europeu *ar-*, com o sentido geral de *arranjo, ajustamento, harmonização*. O que origina os vocábulos gregos *artyo* (ajustar), *artios* (ajustadamente, bem ajustado), *areté* (virtude), *áristos* (excelente), e *harmonia* (ajustado). Também dali procedem os termos latinos *ars* (maneira de ser), *artus* (bem ajustado), *artare* (apertar), *artifex* (artífice).

Dessa forma, a significação primitiva do termo *arte*, se conserva ainda vagamente. Mantém *arte* o significado primitivo, sobretudo quando entendida como atividade prática, no sentido de bem criar o objeto, *ajustando-o* com a idéia exemplar. E assim também o produto, enquanto derivado de maneira "justa", se diz com exatidão "arte".

Porém, a partir do momento que passamos a entender a arte como *objeto de significados*, o termo amplia seu sentido de origem e, então, "artístico" somente passa a exercer tal significado que a convenção lhe acresceu semanticamente.

Na acepção moderna, - que fez o produto artístico se difundir como instrumento teórico, isto é, que transmite mensagens, algo que comunica - é evidente que tal sentido não vem sugerido pelo próprio termo, e sim pela mencionada evolução de sentidos.

No latim, como lembra Gombrich (1999), o termo arte, que deriva do latim *ars*, comporta o sentido originário do grego, arte manual, ofício, habilidade (adquirida pelo estudo ou pela prática), trabalho, obra, ou seja, exprimiu sempre todas as criações artesanais e nunca representou apenas a arte como criação teórica.

Em fins do século XVIII, uma distinção entre *artes úteis* e *belas artes* resultou num definitivo encaminhamento para a acepção consensual da arte, simplesmente como *belas artes*.

Como ressalta Wittgenstein (1987) Na Idade Média, com as fundações das universidades no período Iluminista, os estóicos, adeptos da escola filosófica estoicismo¹, ampliaram novamente a noção de arte, afirmando que — “a arte é um conjunto de compreensões” (ibid, p. 46), entendendo por compreensão o assentimento ou uma representação compreensiva não havendo, portanto, a partir dessa definição, faz-se uma distinção entre arte e ciência. O ponto de estrangulamento entre artes úteis e belas artes, peculiar do fim do século XVIII, é ainda reflexo do antigo conceito da arte como um *bem fazer*.

Na filosofia antiga, onde as noções de arte e de belo eram consideradas distintas e reciprocamente independentes. A doutrina da arte era chamada pelos antigos gregos com o nome de seu próprio objeto, poiético (vem do grego “*poiein*” e significa fazer), ou seja, a arte produtiva e seu contexto enquanto o belo não se incluía na *poética* e era considerado à parte.

¹ O estoicismo retoma à metafísica naturalista dos pré-socráticos, bem como à moral das escolas socráticas menores, cínica e cirenaica; depois (ceticismo e ecletismo), anula-se toda metafísica e, conseqüentemente, toda moral, voltando-se para a sofística, menosprezando o grande desenvolvimento filosófico platônico-aristotélico. Aqui, a arte resolve-se no virtuosismo e na imitação. Ver mais em <http://www.mundodosfilosofos.com.br/estoicismo.htm>

O belo para filosofia antiga pode ser definido em cinco conceitos fundamentais: como manifestação do bem, como manifestação do verdadeiro, como simetria, como perfeição sensível e como perfeição expressiva. Para Kant (1995) a noção de belo coincide com a noção de objeto estético só a partir do século XVIII; antes da descoberta da noção de gosto, o belo não era mencionado entre os objetos portadores de significados e, por isso, a noção correspondente não se incluía naquilo que os antigos gregos denominaram de *poiética*.

O termo utilizado na Grécia para designar arte, segundo Gombrich (1999) foi *techne*, como ocorre no tratado de Aristóteles *Da arte poética*. Assim, *Techne*, no sentido etimológico inicial, associava a noção de habilidade no fazer, tal como hoje, no Ocidente, se diz técnica. No entanto, para os gregos, a palavra evoluiu semanticamente, no qual o termo arte passou a significar também *expressão artística*.

Nesta perspectiva, a partir do século XVIII que a palavra arte passou a privilegiar o significado de *bela arte*, dissociando-se do sentido original de técnica. A palavra técnica passou a designar unicamente os procedimentos ordenados, isto é, organizados por regras e habilidades de qualquer atividade humana. Técnica, aqui, introduziu-se com uma significação mais ampla, designando todos os procedimentos normativos que regulam os comportamentos em todos os campos.

Para Gombrich (1999) *techne* foi o termo que passou a designar o sentido original platônico do termo arte. Não existia para os antigos gregos uma disciplina ou ciência filosófica específica chamada “estética”, a partir do século XVIII é que os problemas relativos às “belas artes” e a seu objeto específico passaram a pertencer ao campo da Estética.

Aliás, para nós, hoje, talvez seja mais fácil compreender o fato de que a arte possa ser também, não-bela, do que compreender determinadas concepções da beleza; assim como aquela que a que Mikel Dufrenne se refere:

Mas o que é, então, o Belo? Não é uma idéia ou um modelo. É uma qualidade presente em certos objetos – sempre singulares – que nos são dados à percepção. É a plenitude, experimentada imediatamente pela percepção do ser percebido (DUFRENNE, 2004, p.44).

Para ele, da mesma forma que o ser humano tem a necessidade do belo, decorrente da necessidade de sentir-se no mundo, apresenta a necessidade do belo natural gerada na identificação com a Natureza da qual faz parte. Essa Natureza não pode ser expressa apenas no nível do pensamento racional, porque ela é percebida a partir da sensibilidade ao belo, onde afloram as percepções de afetividade e imaginação.

Para Hegel:

[...]é a *arte bela* que se esvazia de seu conteúdo autêntico, na medida em que a razão moderna consegue ocupar o lugar de princípio último de nosso saber. Mas isso acontece somente com a arte comprometida com o ideal do belo (1952, p.21).

Neste sentido, podemos identificar um diagnóstico em relação ao fim da concepção de belo, pois, em nossos tempos, se há uma arte que de fato parece ter chegado ao seu final, enquanto possibilidade única da criação artística é justamente a arte do belo ou ainda, *belas artes*.

Já Kant (1995), aponta para uma ausência de critérios específicos para julgarmos algo como belo, de maneira que essa nossa identificação com o belo parte de um prazer desinteressado. Visão que se difere de Dufrenne, que acredita que a causa desse prazer reside na própria essência do homem, decorrente do encontro harmonioso entre a imaginação e o intelecto, situação provocada através da experiência estética, assunto que desenvolveremos no próximo tópico desta análise.

1.2- A Estética da Recepção e a leitura estética

Para entender o universo da estética contemporânea e sua relação com os meios de comunicação se faz necessário entender a função comunicativa que envolve o processo de recepção da obra.

A arte é universal, enquanto a experiência estética é individual. Entretanto, devido à natureza hegemônica da atividade artística, a reação se torna coletiva. Neste sentido, a experiência estética está mais ligada à reflexão estética do que, propriamente, ao prazer estético.

Primeiramente é necessário entender o processo de criação artística sob a ótica das fundamentações de Collingwood (1974). Para ele, que era um filósofo com experiência pessoal da criação artística, antes do artista produzir a sua obra ele ainda não possui a emoção estética que a sua obra produzirá na audiência e em si mesmo. O que ele possui é uma “excitação emocional”, um sentimento indefinido.

Assim, na medida em que ele utiliza a sua imaginação e pensamento planejando e produzindo a obra de arte, ele consegue reconhecer melhor a natureza de suas emoções, defini-las, refiná-las, torná-las claras e articulá-las em sua relação com seus objetos. Essas emoções despertadas são, por sua vez, imaginativamente reconhecidas enquanto tais através da audiência capaz de apreciar a obra de arte.

Neste sentido, a imaginação e o pensamento são na produção artística no mínimo tão importantes quanto a expressão de emoções. É pela imaginação que o artista refina e articula os seus sentimentos, e é também pela imaginação que o sujeito interpreta e compreende os sentimentos expressos na obra de arte. Como resultado, a obra de arte é capaz de produzir no leitor e no próprio artista uma compreensão maior de seus próprios sentimentos, e com isso uma ampliação e regeneração de seu autoconhecimento e consciência.

Com efeito, a consciência artística utiliza uma significação cuja natureza geral, cuja universalidade em si, ignora, e, por outro lado, é ainda incapaz de se representar a forma real na sua existência delimitada. Disso resulta que, em vez de aperceber a diferença entre as duas, existe a consciência artística postula a *priori* a sua imediata identidade. (HEGEL, 1952, p.40)

Do ponto de vista filosófico da estética da recepção, como nos lembra Wittgenstein (1987) há um aspecto importante apresentado através de um elogio feito pelo sofista Górgias para Helena, ao valorizar a linguagem, especialmente ao dizer que "é capaz de afugentar o temor e de banir o sofrimento, de provocar alegria e suscitar a compaixão" (ibid, p. 62).

Górgias, em seu discurso, demonstrou uma preocupação com a preparação do ouvinte de um discurso e no seu esforço para uma nova experiência cognitiva, o que podemos fazer alusão ao poder da sedução estética. Neste sentido, a arte do discurso pode fazer aparecer o inacreditável e o desconhecido ante os olhos do crente e fazê-lo ter outra crença, isso ocorre através da apropriação de conteúdo durante a fruição estética.

Assim, tradicionalmente, a experiência estética não era oposta ao conhecimento e à ação e, sim, fortemente ligada à sua função cognitiva. A função cognitiva do prazer estético só foi abandonada no século XIX com o processo de autonomia da arte.

Jean-Paul Sartre² (1997) mostra que na experiência estética, o ato de distanciamento é também um ato de formador da consciência representante. A "consciência imaginante" não deve aceitar o mundo dos objetos dados e sim de projetar o objeto estético irreal.

Neste contexto, a beleza não está no objeto, mas dentro do observador que a contempla na sua representação. Há aqui uma relação de identidade, em que o sujeito diante do objeto estético representado é capaz de explorar tanto o

² O pensamento existencialista de Sartre desenvolve-se com *A Transcendência do Ego, A Imaginação, Esboço de uma Teoria das Emoções* e *O Imaginário*, publicados entre 1936 e 1940. Neles encontram-se aplicações do método fenomenológico formulado por Husserl, ao mesmo tempo que o autor se afasta do mestre e chega a criticar algumas de suas posições. Ver mais em <http://www.memorial.rs.gov.br/cadernos/sartre.pdf>

objeto quanto o seu próprio eu, já liberado de sua existência cotidiana. O prazer estético como prazer de si no outro, restitui o sentido original alemão de prazer que é o de "participação e apropriação".

Podemos considerar nesse panorama da recepção estética a contribuição de Iser Wolfgang (1974) em seus estudos que se concentram nos efeitos que os vazios do texto podem abrir na consciência de um leitor ideal.

Para o autor, o texto, assim como a imagem, são produtos de uma combinação da linguagem e do sentido e apresentam espaços vazios e certas carências que podem possibilitar a inauguração de um processo de comunicação. Estes vazios, que autor se refere, são os responsáveis pelas diferentes perspectivas de representação, levando o leitor a fazer uma coordenação durante o processo de leitura.

Neste sentido, as carências, ausência de elementos determináveis e apenas insinuados no texto, condicionam o posicionamento do leitor na obra. Os vazios provocam estímulos que impulsionam a imaginação do leitor a preencher os espaços existentes no texto. Isto justifica a possibilidade de variadas leituras de um mesmo texto.

Como estrutura de comunicação não é idêntica nem com a realidade a que se refere, nem com o repertório de disposições de seu possível receptor, pois virtualiza tanto a forma de interpretação dominante da realidade, com que cria seu repertório, quanto o repertório das normas e valores de seu possível receptor. A não identidade da ficção com o mundo, assim como da ficção com o receptor e a condição constitutiva de seu caráter de comunicação. (LIMA, 1979, p.5)

No entanto, não tem como entender o processo de recepção de uma criação artística sem citar Hans Robert Jauss, que com o intuito de superar as referências estruturalistas das análises de texto, expôs o conceito estética da recepção, ao focar o estudo da experiência estética examinando o papel do leitor na leitura, ou seja, sob a ótica da fruição.

Nessa perspectiva, a estética da recepção apresenta uma nova forma de crítica distinta das anteriores no sentido em que se preocupa com a recepção do texto pelo leitor, não com a produção da obra como o estruturalismo ou com a sua representação como a análise psicanalítica, por exemplo. Há aqui, uma forte preocupação com a intertextualidade no processo de estreitamente entre o sujeito e a arte.

Assim, a este estudo procura-se analisar a obra levando em conta a percepção estética que suscita no leitor – portanto, a relação entre o texto e a percepção do leitor – e também as relações da obra com o seu contexto histórico.

Percebemos aqui que o autor tem como objeto de estudo também entender não apenas como se aprecia uma obra de arte em momentos diversos de realidades históricas diferentes, mas também analisar o processo de apropriação de sentidos.

Para ele, a vivência estética é formada a partir de três momentos: da *póiesis*, da *aísthesis* e da *katharsis*, além da necessidade da existência do processo de identificação. Tal identificação faz com que o leitor deixe de ser um mero observador passivo e o conduz à ação.

O plano da *póiesis* corresponde ao prazer de se sentir co-autor da obra. Jauss afirma que, quanto mais o artista inova, mais ele espera contar com a participação do público. Este momento corresponde à visão de Hegel sobre a arte, segundo a qual o indivíduo pode "sentir-se em casa no mundo" (1952:43) pela sua criação artística. Toda *poiesis* implica num formar, num exprimir e num conhecer, aquilo que Luigi Pareyson (2003) denominou formatividade; ou seja, um formar cuja operação implica num modo aplicado de conhecer o produto sobre o qual o artista trabalha. Ainda que ele não saiba onde vai chegar ao lançar-se num projeto de criação, articula, implícita ou explicitamente, as condições que o habilitam à execução da tarefa.

O segundo plano, da *aísthesis*, diz respeito ao efeito provocado pela obra de arte como renovação da percepção do mundo.

Como a percepção diária está por demais viciada, o espelhamento realista confundir-se-ia com o *déjà vu* e perderia o efeito; por isso cumpre investir no diferente, que não precisa coincidir necessariamente com o novo; pode ser o que permaneceu escondido ou reprimido, conforme faz Proust, cuja obra romanesca funda-se na recordação. (ZILBERMAN, 1989, p.56).

Já a *katharsis* corresponde à experiência comunicativa fundamental da arte, mobilizando uma *gestalt*³ profunda, que permite explicitar a sua função social, ao inaugurar ou legitimar normas e também libertar o espectador de sua rotina cotidiana, permitindo-lhe enxergar mais amplamente os eventos e, assim, estimulá-lo a posicionar-se.

Para Jauss, as reações não dependeriam apenas do arbítrio pessoal, mas também das sugestões emitidas pela obra. Explicita-se, assim, a função basicamente mobilizadora da catarse, que ocorre na experiência estética, ao contato com a obra de arte. Busca-se aqui libertar o observador dos interesses práticos e de suas implicações, a fim de levá-lo ao encontro da liberdade estética de sua capacidade de julgar através desta identificação.

Ao realizar-se a catarse, a função comunicativa da arte verbal é acentuada. Entretanto, a experiência catártica tem a existência condicionada ao processo de identificação vivenciado pelo receptor. Para Jauss esses três momentos da experiência estética, *Poiesis*, *Aísthesis* e *Katharsis*, não devem ser vistas de forma hierárquica, mas sim como funções autônomas, podendo se completar.

³ A palavra *Gestalt* é um termo intraduzível do idioma alemão para o português. O Dicionário Michaelis apresenta como possibilidades as *palavras figura, forma, feição, aparência, porte; estatura, conformação; vulto*, às quais ainda se pode acrescentar *estrutura e configuração*.

Nessa perspectiva, antes de fundamentarmos o processo de leitura do texto e imagem, iremos contextualizar os conceitos de estética contemporâneos com os movimentos Dadaísmo e arte conceitual, que além de serem ícones da transformação na percepção da arte, é a principal referência editorial da revista que é objeto de estudo desta análise.

1.3 – As inovações da arte: Dadaísmo e Arte Conceitual

Dadaísmo

De acordo com a Subirats (1986) o Dadaísmo foi um movimento originado em 1915, na cidade de Zurique, cidade que durante a Primeira Grande Guerra Mundial conservou-se imparcial. O movimento negava todas as tradições sociais e artísticas, tinha como base um anarquismo niilista e seu slogan é “a destruição também é criação”⁴.

Contrários à burguesia e ao naturalismo, identificado como “a penetração psicológica dos motivos do burguês” (1986, p.37), os artistas do movimento buscavam a destruição da arte acadêmica e tinham grande tendência pela arte abstrata. O acaso era extremamente valorizado pelos dadaístas, assim como o absurdo. As referências dadaístas eram claramente anti-rationais e irônicas, pois procurava chocar um público mais ligado a valores tradicionais e libertar a imaginação via destruição das noções artísticas convencionais, ligadas essencialmente ao conceito belo.

“A palavra dada foi descoberta acidentalmente por Hugo Ball e por Tzara Tristan num dicionário alemão-francês, que significa na linguagem infantil cavalo de pau”⁵. Esse nome escolhido não fazia sentido, assim como a arte que perdera todo o sentido diante da irracionalidade da guerra.

⁴ Ver mais em: <http://www.itaucultural.org.br>

⁵ Ver mais em: <http://www.geocities.com/carlaoliveira.geo/dadaismo.html>

Nessa perspectiva, o Dadaísmo é caracterizado pela oposição a qualquer tipo de equilíbrio, pela combinação de pessimismo irônico e ingenuidade radical, pelo ceticismo absoluto e improvisação. Enfatizou o ilógico e o aparente absurdo. Entretanto, apesar da aparente falta de sentido, o movimento protestava contra a loucura da guerra. Assim, sua principal estratégia era mesmo denunciar e escandalizar.

Assim, o movimento fez parte da vanguarda, observado nesse século, pois se caracterizou pela libertação da arte de valores preestabelecidos e pela busca de experiências e formas expressivas mais apropriadas à expressão do homem moderno e de sua vida. Segundo Subirats (1986), os principais artistas que originaram o dadaísmo foram: Tristan Tzara, Hans Harp, Richard Hülsenbeck, Marcel Janko, Hugo Ball e Hans Richter que se encontravam em cafés de Zurique.

O poeta romeno Tristan Tzara, um dos principais representantes do movimento, dá uma receita, em seu último manifesto, para fazer um poema dadaísta⁶:

Pegue um jornal. Pegue a tesoura. Escolha no jornal um artigo do tamanho que você deseja dar a seu poema. Recorte o artigo. Recorte em seguida com atenção algumas palavras que formam esse artigo e meta-as num saco. Agite suavemente. Tire em seguida cada pedaço um após o outro. Copie conscienciosamente na ordem em que elas são tiradas do saco. O poema se parecerá com você. E ei-lo um escritor infinitamente original e de uma sensibilidade graciosa, ainda que incompreendido do público.

A princípio, o movimento não envolveu uma estética específica, mas talvez as formas principais da expressão dadá tenham sido o poema aleatório e o *ready-made*, conceito este que veremos no próximo tópico sobre arte conceitual.

⁶ Ver mais em: http://www.blocosonline.com.br/sobre_portal/conteudo/registros/registros_doc_02.php

Arte conceitual

De acordo com Subirats (1986), para a arte conceitual (vanguarda surgida inicialmente na Europa e nos Estados Unidos no final da década de 1960 e meados dos anos 1970) o conceito ou a linguagem tem prioridade em relação à aparência da obra.

Já que a idéia e a atitude mental na fruição estética são o mais importante para a arte conceitual, a execução das obras fica num segundo plano. Parodiando a explicação da anti-obra de Hélio Oiticica⁷, o que importa é a invenção da obra, o conceito, que é elaborado antes de sua materialização.

Nesta perspectiva, apesar das diferenças pode-se dizer que a arte conceitual é uma tentativa de revisão da noção de obra de arte arraigada na cultura ocidental. A arte deixa de ser primordialmente visual, feita para ser olhada, e passa a ser considerada como idéia e pensamento.

De acordo com Justino (1998) a arte conceitual recorre frequentemente a fotografia, xerox, filmes ou vídeo como documento de ações e processos, geralmente numa recusa da noção tradicional de objeto de arte. Além da crítica ao formalismo, artistas conceituais atacaram ferozmente as instituições, o sistema de seleção de obras e o mercado de arte. George Maciunas (1931-1978), um dos fundadores do Grupo Fluxus⁸, movimento que promoveu a anti-arte, redige, em 1963, o seguinte manifesto:

Livrem o mundo da doença burguesa, da cultura 'intelectual', profissional e comercializada. Livrem o mundo da arte morta, da imitação, da arte artificial, da arte abstrata. Promovam uma arte viva, uma antiarte, uma realidade não artística, para ser compreendida por todos [...].

A contundente crítica ao materialismo da sociedade de consumo, elemento constitutivo das performances e intervenções do artista alemão Joseph Beuys (1912-1986), pode ser compreendida como arte conceitual.

⁷ Ver mais em: www.digestivocultural.com/colunistas/imprimir

⁸ Ver mais em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Fluxus>

“Ler” opõe-se a “ver” aqui como uma espécie diferente de atenção visual, muito mais próxima do pensar e do imaginar do que a suposta disciplina puramente visual privilegiada pela estética clássica como o valor supremo da arte.

Neste sentido, os *ready-mades* de Marcel Duchamp (1887-1968), têm como principal característica o fato de que a artisticidade do objeto é conferida pelo contexto em que é exposto, seria um antecedente importante para a reelaboração da crítica dos conceituais ao desafiar qualquer tipo de categorização, colocando-se mesmo a questão de não serem objetos artísticos.

Um exemplo importante disso foi o *Desenho de De Kooning Apagado*, apresentado por *Robert Rauschenberg* (1925) em 1953 em que, como o próprio título enuncia, é um desenho de *Willem de Kooning* (1904-1997), artista ligado à abstração gestual surgida nos Estados Unidos durante o pós-guerra, em que *Rauschenberg*, com a permissão de seu colega, apaga e desfaz o gesto de *De Kooning*. A obra final, um papel vazio quase em branco, levanta a questão sobre os limites e as possibilidades de superação da noção moderna de arte.

Marcel Duchamp

O movimento, que se estendeu, aproximadamente, de 1967 a 1978, teve como principal precursor Marchel Duchamp, O primeiro artista plástico francês que explorou o que ele chamava de “indiferença visual ao objeto” (Tomkins, 2007, p.119). Segundo o autor, ao trazer objetos do cotidiano para o contexto do museu ou galeria de arte ele inventou o *readymade* para produzir uma obra que pudesse escapar do esteticismo puramente visual, usando a linguagem para complicar a experiência estética com formas não pictóricas e para operar nesses objetos, mudando nossas relações cognitivas às suas percepções visuais, ou seja, fazer o transporte de um elemento da vida cotidiana, *a priori* não reconhecido como artístico, para o campo das artes.

De acordo com Tomkins (2007), das criações de Duchamp destaca-se o quadro “Nu descendo a escada”, que apresenta uma sobreposição de figuras de aspecto vagamente humano numa linha descendente, da esquerda para a direita, sugerindo a idéia de um movimento contínuo. Esse quadro, segundo o autor, na época de sua gênese, foi mal recebido pelos partidários do Cubismo, que o julgaram profundamente irônico para com a proposta artística por eles pretendida. Essa fase lhe rendeu, ainda, o quadro “Rei e rainha rodeados por rápidos nus”, que sugere um rápido movimento através de duas figuras humanas, e “A noiva”, que apresenta formas geométricas bastante delineadas e sobrepostas, insinuando uma figura de proporções humanas. Este último foi bastante utilizado no seu projeto mais ambicioso, de que trataremos a seguir.

Sua carreira como pintor estendeu-se por mais alguns anos, tendo como produto quadros de inegável valor para a formação da pintura abstrata. É, no entanto, como escultor que Duchamp vai atingir grande fama. De acordo com sua biografia escrita por Tomkins (2007), Duchamp se mudou para Nova York e encontrou na América um solo fértil para sua tendência dadaísta. Decorrente dessa fase, e em virtude de seus estudos sobre perspectiva e movimento, nasce o projeto para a obra mais complexa do artista: A noiva despida pelos seus celibatários, mesmo (ou O grande vidro). Trata-se de duas lâminas de vidro, uma sobre a outra, onde se vê uma figura abstrata na parte de cima, que seria a noiva, inspirada no quadro acima mencionado, e, na parte de baixo, se percebe uma porção de outras figuras (feitas de cabides, tecido e outros materiais), dispostas em círculo, ao lado de uma engrenagem (retirada de um moinho de café). Segundo Tomkins (2007) essa obra consumiu anos inteiros de dedicação de Duchamp, e só veio a público muito depois do início de sua construção, intercalada, portanto, por uma série de obras. Não se tem um consenso acerca do que representa essa obra, mas diversas opiniões conflitantes, com base em psicologismos e biografismos, renderam e ainda rendem bastante discussão.

A princípio, segundo sua biografia, os *ready made*s eram considerados como uma brincadeira entre seus amigos, entre os quais *Francis Picabia* e *Henry Roché*, Duchamp passou a incorporar material de uso comum às suas esculturas. Em vez de trabalhá-los artisticamente, ele simplesmente os considerava prontos e os exibia como obras de arte.

“A Fonte”, obra que fez repercutir o nome de Duchamp ao redor do mundo - especialmente depois de sua morte -, está baseada nesse conceito de *ready made*s: pensada inicialmente por Duchamp (que, para esconder o seu nome, enviou-a com a assinatura "R. Mutt", que se lê ao lado da peça) para figurar entre as obras a serem julgadas para um concurso de arte promovido nos Estados Unidos, a escultura, segundo Tomkins (2007) foi rejeitada pelo júri, uma vez que, na avaliação deste, não havia nela nenhum sinal artístico. Trata-se de um urinol comum, branco e esmaltado, comprado numa loja de construção e assim mesmo enviado ao júri; entretanto, a despeito do gesto iconoclasta de Duchamp, há quem veja nas formas do urinol uma semelhança com as formas femininas, de modo que se pode ensaiar uma explicação psicanalítica, quando se tem em mente o membro masculino lançando urina sobre a forma feminina.

Os *ready made*s passaram, então, a ser o elemento de destaque da produção de Duchamp. Entre os mais famosos, podemos citar a obra L.H.O.O.Q. (sigla que, lida em francês, assemelha-se ao som da frase *Elle a chaud au cul*, que, traduzida para o português, significa "Ela tem fogo no rabo"), que nada mais é do que uma reprodução do célebre quadro de Leonardo da Vinci, *Mona Lisa*, acrescida de bigodes e barba. De acordo com Subirats (1986) os trabalhos de Duchamp foram os pioneiros em apropriação, mas a prática logo se tornou comum entre os surrealistas.

Quando Marcel Duchamp colocou um urinol numa galeria de arte, para Tomkins (2007) antes de estar apenas praticando um ato de iconoclastia, estava talvez antecipando essa compreensão do fenômeno artístico, como algo de natureza *institucional*. Não deveríamos, pois, nos perguntar "o que é arte?", buscando identificar os atributos de um tipo ideal, mas procurar compreender o

valor da arte, quando algo produzido por um membro da comunidade é destacado de todos os usos triviais e erigido em padrão de beleza digno de ser contemplado e cultivado pelo contexto em que está inserido.

Neste sentido, o gesto de Duchamp serviu para sugerir que, se o museu é a instituição que diz o que é e o que não é arte, tudo o que estiver no museu deverá ser considerado arte, porque o que assegura o seu caráter artístico não é sua natureza substancial, mas exatamente uma relação social que se encarna nessa instituição. A radicalização modernista de sua crítica às tradições acabou por recusar a autoridade das galerias e dos museus e proclamando a chegada de uma era de anti-arte.

As obras de Duchamp, de acordo com a biografia escrita por Tomkins (2007) estão vinculadas, de algum modo, ao seu modo de vida boêmio, propiciado pelo convívio com pessoas influentes e poderosas no meio artístico norte-americano. Num de seus acessos de iconoclastia e irresponsabilidade, Duchamp lançou na cena artística nova-iorquina a figura de Madame *Rose Sélavy* (cujo nome se assemelha à palavra francesa "*heureuse*" - feliz, contente - e o sobrenome à expressão francesa "*C'est la vie*", ou seja, "É a vida", em português), uma artista dotada de uma ironia profunda, bem como de uma paixão por trocadilhos (evidentemente, uma característica intrínseca da personalidade do próprio Duchamp). Ela também assinou uma parte dos *ready mades*, podendo ela mesma ser considerada um *ready made duchampiano*, na medida em que era uma espécie de transfiguração artística de uma personalidade real do artista. Há, inclusive, uma foto em que Duchamp aparece travestido de Rose Sélavy.

Além disso, dedicou-se ao estudo da "quarta dimensão" (Tomkins, 2007, p. 158), o que, de alguma forma, orientou a sua criatividade artística para problemas óticos. Os *Rotoreliefs*, discos coloridos que, quando girados com extrema rapidez, produzem efeitos óticos, é mais uma de suas tentativas de se aproximar das pesquisas que fazia. O estudo do olhar sobre a arte interessou

muito a Duchamp, que se opunha àquilo que ele próprio dizia ser a "arte retiniana", ou seja, uma arte que agrada os olhos.

Pode-se, de certo modo, compreender toda a arte de Duchamp como um esforço para se afastar da "arte retiniana" e passar para uma arte mais "cerebral", em que se ressaltam os aspectos mais intelectuais da criação artística. Dessa forma, os *ready mades* incentivam a experiência cognitiva da fruição estética, uma vez que confrontam o público, forçando-o a pensar e refletir sobre a questão da arte enquanto linguagem.

Vale a pena ressaltar que a obra de Duchamp deixou um legado importante para as experimentações artísticas subseqüentes, tais como o Dadaísmo, o Surrealismo, o Expressionismo Abstrato, a Arte Conceitual, entre outros.

Nesse contexto, a idéia minimalista de se apropriar de produtos industrializados para produzir uma arte que resistisse aos cânones modernos foi substituída pela apropriação dos produtos da nova tecnologia dos meios de comunicação. Não eram mais objetos físicos que seriam apropriados e sim formatos visuais ou até mesmo estruturas culturais em potencial.

1.4– A leitura do texto e da imagem

De acordo com Feijó (1997, p. 8), “a cultura contemporânea é cada vez mais visual, e isso fortalece todas as formas de comunicação que têm por base ou exploram a imagem”. Neste sentido, os cartuns, charges, histórias em quadrinhos, caricaturas e ilustrações estão dentro dessa nova cultura de comunicação, inserindo elementos que os identifica com as novas possibilidades de se comunicar uma notícia ou de transmitir a informação.

Contudo, nos alerta Joly:

...lemos as imagens de uma maneira que nos parece natural, que, aparentemente, não exige qualquer aprendizado e, por outro lado, temos a impressão de estarmos nos afogando com imagens em códigos secretos(1996, p. 10).

Como podemos perceber, a leitura é um ato que envolve habilidades como atenção, percepção, memória, raciocínio, juízo, imaginação, pensamento e linguagem.

Além dessas habilidades, a leitura de um texto também recorre à afetividade dos leitores. Neste processo afetivo, as emoções estão de fato na base do princípio de identificação, essencial no processo de recepção. Neste sentido, o papel das emoções no ato de leitura é fazer com que o leitor se interesse pela narrativa, criando assim, uma identificação, uma ligação afetiva na leitura em geral.

Nesse processo, lembra Jouve, é impossível expulsar a identificação e o emocional da obra, pois o engajamento afetivo é de fato um componente essencial da leitura.

O processo de leitura está intimamente associado com a cultura e os esquemas dominantes de um meio e de uma época, reforçando valores artísticos de acordo com os modelos do imaginário de uma coletividade. Dessa forma, segundo Jouve, o sentido que se tira da leitura se adapta à realidade de uma determinada cultura onde cada leitor se encontra na essência e potencializa sua compreensão em relação à obra.

Nesse sentido, há uma relação intrínseca entre as linguagens iconográficas e a polifonia e intertextualidade que nascem no texto escrito e nas imagens, surgindo aí uma possibilidade de compreendermos a realidade de diferentes maneiras e com visões pluralistas sobre a mesma. Dessa forma, a leitura afirma-se como parte interessada de uma cultura.

Evocaremos a complementariedade entre imagem e linguagem, como a oposição imagem/linguagem é uma falsa oposição, uma vez que a linguagem não apenas

participa da construção da mensagem visual, como a substitui e até a completa em uma circularidade ao mesmo tempo reflexiva e criadora. (JOLY, 1996, p. 11)

Nesta perceptiva, Roger Chartier⁹ expõe que essa leitura será sempre uma apropriação, algo como uma invenção, uma produção de novos significados. No caso de apropriação de conteúdos, o leitor recebe a mensagem, seleciona o que considera importante e adapta com o seu repertório. Dessa forma, os gestos mudariam segundo os tempos e lugares, os objetos lidos e as razões de ler.

Potanto, ler significa também interpretação, conhecimento e estudo através da leitura. Sendo assim:

A imagem de uma obra de arte existe em algum lugar entre percepções: entre aquela que o pintor imaginou e aquela que o pintor pôs na tela; entre aquela que podemos nomear e aquela que os contemporâneos do pintor podiam nomear; entre aquilo que lembramos e aquilo que aprendemos; entre o vocábulo comum, adquirido, de um mundo social, e um vocábulo mais profundo, de símbolos ancestrais e secretos. (MANGUEL, 1997, p.29)

A decifração do significado das imagens pode ser considerada uma preocupação muito moderna. Ao abordarmos o tema surgem sempre questões como: O que vemos e como significamos uma imagem? Como a percebemos e a compreendemos? Como é possível a leitura da imagem? Como interpretar a mensagem de uma imagem?

O Ser Humano, ao elaborar, em seu imaginário, uma representação mental do mundo, passa a subjetivar os primeiros meios de percepção do universo e de sua história. Exemplo disso são as primeiras manifestações da criatividade do Homem foram exteriorizadas em imagens: os desenhos paleolíticos, como os encontrados nas cavernas de Lascaux, na França, e Altamira, na Espanha A imagem estaria, portanto, não copiando, mas

⁹ CHARTIER, Roger. *Aventura do Livro- do leitor ao navegador*. São Paulo: Editora UNESP, 1998

representando o mundo, modulada por estruturas profundas através de um exercício de linguagem e interpretação de sentidos.

Impregnada de um sentido próprio, a imagem estará associada a uma determinada cultura ou tradição, utilizando uma linguagem própria, como os recursos gráficos (verbal) e a pictóricos (não verbal). Nesta perspectiva, a imagem, por se tratar de uma representação mental de uma realidade sensível, funciona como um recurso lingüístico em textos literários, quando se faz a associação inconsciente ou indireta de dois mundos ou realidades separadas no tempo e no espaço.

A poesia do século XX, por exemplo, evoluiu para representações metafóricas com imagens dissimuladas ou simplesmente sugeridas, sem obedecer a um padrão comparativo que qualquer leitor menos informado literariamente poderia reconhecer de imediato.

Uma imagem, a rigor, é simultaneamente, uma metáfora (aproximação de duas coisas diferentes) e uma descrição (uma relação lingüística entre palavras para revelar uma visão do mundo, real ou fictício, representável o não pela racionalidade).

Um elemento relevante no processo de leitura estética é o esquema de cores. Este empresta a pintura o tom sensorial, revelando a percepção do fruidor. De uma forma geral, as cores são divididas em quentes (como o vermelho, o marrom e o amarelo) e frias (como o azul e o verde), cada uma apresentando um efeito visual e sensorial peculiar.

Se a imagem for “consciência *de* alguma coisa”, como propõe Jean-Paul Sartre num dos mais completos estudos sobre a imagem (na obra *Imagination*, de 1936), então torna-se ainda mais difícil decidir qual a diferença entre uma imagem e suas referências. Se o processo psicológico é idêntico na construção de uma metáfora, de um símbolo e de uma imagem, por exemplo, então o texto que abriga estas representações deve ser capaz de diferenciá-las pela capacidade que o artista tem de registrar por escrito, de uma forma original, uma visão do mundo. É esta visão que o leitor deve partilhar e reconhecer.

Toda imagem, neste sentido, deve ser entendida como um discurso implícito. Portanto, como dissemos, a apreciação de uma pintura é uma questão de leitura de sentido, cujo código, ao invés de palavras, utiliza-se dos elementos visuais, que geram significados.

O receptor, durante a experiência estética, determina a essência do visível e do legível, pois como já vimos, ambos são variantes representativas da natureza, do mundo, como simulacro de uma realidade material.

Dessa forma, tanto na comunicação verbal como na não verbal, os signos atuam como extensão da natureza humana. Essa relação entre mundo, objeto e significado é tão abstrata quanto ao código e a sintaxe em que se organizam.

Ao analisar a imagem através do verbal, acabamos por descrever, falar da imagem, dando lugar a um trabalho de fragmentação do conteúdo imagético, ou seja, conteúdo que se exprime mediante imagens ou ainda que revela imagens.

Nesta perspectiva, a palavra descreve e traduz a imagem, fala, mas não revela a sua matéria visual. Dessa forma, é a justamente a visualidade que permite a existência, a forma material da imagem. De uma forma específica, como vimos, podemos entender que a imagem, além de informar e comunicar se constitui em texto através de discurso.

Assim, a imagem torna-se visível através do trabalho de interpretação e ao efeito de sentido que se institui entre a imagem e o olhar.

Podemos concluir que, enquanto a leitura da palavra pede uma direcionalidade, uma ordem, uma leitura da esquerda para a direita, a da imagem será multidirecionada, ou seja, dependerá do olhar do leitor e sua capacidade de interpretação.

Esta monografia desenvolverá, assim, a leitura de textos e imagens numa dimensão estética. Para isso, no próximo tópico, apresentaremos os conceitos ligados à proposta da análise.

1.4.1 – A leitura estética

Como já vimos, a fruição de uma obra de arte na modernidade não atenta somente para o “belo”, mas possibilita e valoriza outras formas de percepção estética.

Dessa forma, para entendermos a complexidade da leitura estética, conheceremos a seguir os conceitos objetivos e subjetivos ligados à fruição da obra de arte. Conforme propõe Barros (2000, p. 12), estes conceitos podem ser considerados como referência na análise da recepção de um trabalho artístico.

1.4.1.1- Leitura estética objetiva

Ao entrarmos em contato com uma obra de arte (pintura, música, literatura, etc.) nos deparamos com certos elementos que já presentes na elaboração e composição. Neste sentido, a leitura atenta para esses elementos **objetivos**, independentes de nossa subjetividade enquanto leitores, ou seja, não podemos evitar de reconhecê-los na fruição da obra de arte. São eles: o Belo, o Sublime, o Trágico, o Feio, o Grotesco e o Cômico.

O conceito de **Belo** difere da simples acepção de beleza. A percepção de beleza é subjetiva, na medida em que cada fruidor terá sua concepção, podendo achar o exótico belo. Mas, segundo Barros, recorrendo à tradição clássica, podemos definir o belo formalmente, isto é, a partir de certas características das formas dos objetos: **a ordem, a simetria e a proporção.**

O sentimento do **sublime** está no prazer do desafio de experimentar ou observar situações dolorosas ou perigosas. O prazer que vem da experimentação transcende a dor que nós próprios sentimos ou até mesmo da observação da dor alheia.

Já o **trágico**, na filosofia da arte refere-se à contemplação, não é aquele que veio a se vulgarizar como “evento catastrófico”. O trágico, aqui se

mostra como uma construção poética em que cada personagem medita sobre sua finitude, associada a todos os seres e, entre estes, o homem – aquele que, por existir na palavra, é o único a quem foi dado questionar sobre o ser dos entes, o sentido do ser e o nada. A tragédia é a representação de acontecimentos que provocam a piedade e o terror, assim como o prazer estético.

Da mesma forma que o belo, o conceito do **feio** tornou-se uma realidade evidente na apreciação da arte contemporânea. Assim como seu oposto na beleza clássica, é um sentido objetivo que se manifesta no sentimento de ameaça, exteriorizada na reação de "estranhamento" que provoca sempre, invariavelmente, o novo.

Também o conceito de **grotesco**, na modernidade, acentua-se com o sentimento de “desarmonia universal”, caracterizado pelo monstruoso, o disforme acompanhados da morbidez, obtendo um resultado totalmente anti-natural.

O conceito do **cômico** envolve o riso espontâneo pela solução imprevista de contraste. O riso surge quando há um descompasso entre a expectativa que temos por um desfecho em uma situação e a solução desta situação, a qual surpreendente ou absurda.

1.4.1.2 – A leitura estética subjetiva

Em seus estudos, Barros (ibid, p.14) também identifica os conceitos estéticos subjetivos, como o nome diz, dependem da subjetividade e individualidade no processo de leitura da obra. São eles: a catarse, a empatia, o gosto, o estranhamento, a admiração e a imaginação

O conceito da **Catarse** representa o alívio sentido quando vivenciamos uma experiência estética. As obras artísticas suscitam uma descarga emocional no espectador, propiciando a purificação dos sentimentos. O termo

está intimamente ligado à eliminação das perturbações psíquicas, segundo Freud, no ato de expulsar para fora de si o que perturba ou corrompe.

A relação de **empatia** é o resultado da assimilação emocional com outros seres ou objetos através do sentimento de aspiração. Esta identificação, causada pela tendência que temos à imitação, permite a vivência de um sentimento análogo ao sentimento do ser que imitamos. Para muitos, a empatia é a base da compaixão e da solidariedade, tanto pessoal quanto social.

O conceito de **gosto** designa em sentido figurado uma faculdade subjetiva, inata ou perfectível, de julgar as qualidades de uma obra de arte e, por outro lado, as tendências preferenciais de uma época, grupo ou pessoa em matéria de arte. Assim, o gosto enquanto sentido humano é transposto para o mundo valorativo das obras de arte e da natureza, visto que o ser humano também julga ou saboreia um espectáculo da natureza ou um objecto artístico pelo prazer ou desprazer que em si suscita.

Em sua obra, Barros identifica o **estranhamento** ligada à obra de arte como um típico conceito estético do século XX, que se desenvolve através das artes das vanguardas na arte moderna. Chocar as tradições burguesas era o que a estética do estranhamento propunha.

Estranhar algo é desidentificar-se dele, é olhá-lo desde uma distância desde a qual esse algo aparece injustificado, desprovido de fundamento, absurdo; ou seja, o estranhar é um *não assumir* algo.

Já ao **Admirar** uma obra de arte encontramos ali um objeto que não se enquadra em nossos hábitos e experiências cotidianas. Totalmente inusitado, o objeto transcende nossos padrões interpretativos, causando aquele misto de atração e maravilhamento que nos subtrai a atenção e, às vezes, a própria consciência.

Por fim, a **imaginação** é o poder que tem a mente em evocar ou produzir imagens, muitas vezes independentemente da presença dos objetos aos quais estas imagens se referem. Considera-se, aqui, uma faculdade criativa da mente.

Ao finalizarmos estas considerações sobre a leitura, possibilitaremos agora o entendimento da relação entre a arte e a mídia através da recepção das criações artísticas.

CAPÍTULO 2 – A RECEPÇÃO DA ARTE NA MÍDIA

CAPÍTULO 2 – A RECEPÇÃO DA ARTE NA MÍDIA

2.1- A mídia impressa

A bibliografia é unânime em apontar a experiência francesa como pioneira no periodismo literário, com o semanário *Journal des Savants*, que circulou em Paris, de 1665 a 1795, com abrangência temática e o caráter seriado e panorâmico que caracterizou as publicações do gênero. A nova publicação que surgia intermediando o jornal e o livro tratava de informações mais elaboradas, que anunciavam as últimas descobertas sobre as matérias abordadas, até então temas exclusivamente científicos, direcionada para um público leitor bem restrito, depois passou a abordar temas variados.

No início do século XIX, de acordo com Martins (2001) a revista torna-se espaço disputado, inclusive para divulgação da literatura romântica e ao longo do mesmo século não apenas tornou moda como também ditou moda. Época em que a Europa vivia condições favoráveis a essa tendência definida pelo avanço técnico das gráficas, aumenta de leitores a alto custo de livros. Outras características que consolidaram esse novo gênero foram seu baixo custo, sua configuração leve e leitura entremeada de imagens.

No entanto, “alguns especialistas criticavam a revista alegando polarização dos conteúdos” (Martins, 2001, p.38); por um lado, era recriminada pelo caráter rigorosamente científico de algumas publicações, por outro, os conteúdos fúteis como os *magazines* semanais londrinos.

Nessa trajetória de consolidação da revista houve um marco revolucionário na imprensa da época: os recursos de ilustração.

Certo que de há muito, desde os incunábulos, xilogravuras, litogravuras. Contudo, o extraordinário avanço técnico registrado na Europa, a partir do último quartel do século XIX, foi amplamente utilizado pelos periódicos, enriquecendo ainda mais aquelas

publicações, transformadas em objetos atraentes, acessíveis até mesmo ao público menos afeito à leitura, se não à população analfabeta, que recebia as mensagens através dos desenhos grafados de forma visivelmente inelegível. (MARTINS, 2001, p.40)

Houve um impacto no Brasil, causado pelas publicações ilustradas, pois a realidade em relação às técnicas gráficas da imprensa estava muito distante da dos pioneiros de novo gênero e passava por um momento em que a fruição a imagem era prazer de poucos. Portanto, o processo de adaptação e consolidação das revistas.

Ao longo do século, outros recursos técnicos de ilustração foram desenvolvidos – da fotografia ao cliché em cores – e a modalidade revista ilustrada passou a preferencial dos leitores. O magazine, alternativa de revista periódica, acentua a magia imagem enquanto embalava a publicidade de bens de consumo, potencializando as características comerciais do gênero. A revista passou a ser publicação emblemática, expressão das exigências das vidas modernas.

A definição da palavra revista dos grandes dicionários da língua portuguesa é como título de certas publicações periódicas, em que são divulgados artigos originais de crítica ou análise de determinados assuntos. A diferença mais evidente entre revista e jornal é que a primeira possui capa, acabamento que o segundo não tem, e também a formulação do editorial de revista, que esclarece o propósito e as características da publicação. A Revista *Estação*, que foi uma continuação brasileira da publicação francesa *La Saison*, circulou no Brasil entre 1872 e 1878.

Hoje, felizmente, a moda, mesmo em Paris, altera-se de dia para dia; constantemente aparecem novas criações [...] as quais, pelo seu grande número e variedade, posto que sempre imaginadas em estações contrárias, fornecem elementos para que, aplicados com inteligência, possamos, aqui, que outrora seria uma impossibilidade, é possível hoje. (MARTINS, 2001, p.79)

A *Estação*, de acordo com Martins (2001) foi a primeira publicação desse gênero no Brasil e esse trecho, retirado da seção “Aos nossos leitores” retrata uma época em que a população de São Paulo se quadruplicara, configurada não apenas pela massa imigrante, mas por investidores estrangeiros, representantes de empresas européias e norte-americanas. Com tal demanda, proliferaram-se as revistas estrangeiras; mais sofisticadas e algumas delas vinham bilíngüe para alcance de maior público. Sua aquisição, em geral, por assinatura, fruto do arraigado hábito da elite brasileira de leitura e consumo de artigos provenientes da França.

O Brasil republicano começava a despontar na geografia comercial e interessar ao mundo, especialmente aos países europeus latinos, que despertavam para a potencialidade de novo mercado, num país de extensão territorial expressiva, recebendo contingentes populacionais livres da escravidão e começando a vivenciar o liberalismo econômico. E São Paulo era considerado “o mais promissor Estado da Federação” (Martins, 2001, p.70).

Em 1896 surge a Revista *Moderna*, igualmente via Paris e voltada para o mesmo público leitor, mas já impressa em português, trazia capa em cores e papel *couché*, seu conteúdo retratava os hábitos que enriqueciam o panorama da *Belle Epoque*, então vivido na Europa, mas também havia uma propagação de uma imagem brasileira associada à qualificação da lavoura, potencializando-se investimentos.

Logo em seguida, em 1901, veio a público a Revista *Ilustração Brasileira*, com o diferencial de numeração seqüencial de páginas, inaugurando a tendência de edições. Seu público alvo era representado por um grupo internacional de posses, grandes investidores, cosmopolitas, em transito pelos novos mercados, com potencial econômico para seu consumo. Em suas páginas, em meio a propagandas de vinhos e manteigas francesas, havia temas variados como poesias e contos de Gonzaga Filho, Júlio Brandão; o *Correio da Moda*, pela baronesa de Mayerville, curiosidades científicas e até reportagens sobre animais de luxo da Europa.

Desde 1983, o lançamento da *Ilustração Paulista*, há uma tendência forte de importação de clichês europeus: modelos de cabeçalhos que sucediam-se para todos os gostos e tendências.

A revista nasceu como objeto imprescindível daquele cotidiano, tanto para homens de negócios ou mães de família ou jovens românticas em busca do último figurino.

Para o segmento mais intelectual, havia preferência pela revista estrangeira, pois seu conteúdo abordava as últimas tendências das matérias de suas respectivas áreas de trabalho. Foi o caso de Monteiro Lobato, editor de uma das mais expressivas publicações nacionais, a *Revista do Brasil*.

O leque de interesses dos brasileiros se abre e surgem as revistas institucionais: a publicação que o agricultor consultava era a *Revista Agrícola*, de 1895 a 1902 ou ainda *A Lavoura*, 1900. O advogado limitava-se à revista *O Direito*, do rio de Janeiro, de 1880 a 1882.

E revista *L'Esprit Nouveau*, revista mensal de Paris em 1920, que tinha objetivo de renovar a arte, na qual teve publicado o manifesto do Purismo, movimento pós cubista que defendia a pintura sem valores emocionais, racional ou rigorosa. Tal revista foi objeto de estudo de Maria Helena Grembecki:

... primeira verdadeiramente consagrada à estética viva, pretendendo informar de tudo o que se passava no mundo. [...] O método, o mesmo da psicologia experimental, com o fito de constituir uma estética experimental. Seus objetivos: ajudar o desenvolvimento da arte e da literatura, contribuindo para manter a supremacia da idéia, da inteligência, sobre as tendências individuais. (MARTINS, 2001, p.94)

Diante desse cenário, há uma confirmação da importância das revistas não só na contribuição na formação da cultura no país como também ao delinear alguns papéis decisivos numa sociedade em transformação, além, é claro de configurar toda uma revolução estética. “A expansão das vanguardas estava diretamente ligada à expansão da imprensa, dos recursos gráficos, do público ávido por novidades” (Pareyson, 2003, p.19)

Esta revolução estética referente à evolução da revista foi condição *sine qua non* para a caracterização de uma nova configuração no cenário impresso. Essa relação entre a estética e a mídia é o assunto do próximo tópico.

2.2- O significado da Estética na mídia

Dado que toda imagem, como uma totalidade intuitiva, carrega o fardo de ter que se completar para ser o que é, a imagem estética é acompanhada da ruptura substancial de sua carga de universalidade que tingem sua configuração (VATTIMO, 1996, p.35).

Neste sentido, se na televisão o texto completa a imagem, na revista, a imagem completa o texto.

Neste tópico é possível desenvolver um breve mapeamento das produções artísticas que atuam na intersecção com as mídias no Brasil; nesta perspectiva é possível lançar um olhar sobre os possíveis conceitos estéticos colocados em voga no contexto da contemporaneidade.

Neste sentido, como a mídia representa as perspectivas da arte? Como funciona a apropriação da arte através de recursos tecnológicos a que a indústria cultural recorre?

A arte caracterizada como conhecimento se ancora nas linguagens e filosofias, já a arte como forma de expressão é uma espécie de tudo pela arte, há aqui uma liberação de conceitos e códigos. A arte como intuição ou

sensibilização propõe visões simplificadas das emoções e sentimentos, tanto do artista como de quem deseja entender através da relação entre plano de expressão e plano de conteúdo que acontece nas experiências cognitivas visuais.

Apreender o sentido de um discurso enunciado, o 'ler', será refazer num sentido inverso, remontando, [...] do plano discursivo manifesto em direção às operações semióticas que sua produção pressupõe e que, uma vez o enunciado produzido, o tornam interpretável. (LANDOWSKI, 2002, p. 166).

Para captar o significado de algo, o único meio é descrever, analisar, tentar resgatar na singularidade e especificidade da imagem os efeitos de sentido resultantes da própria organização sensorial e estrutural do objeto em questão, quer dizer, construir a partir das características observadas e apreendidas da manifestação textual uma rede de traços pertinentes cujas relações façam sentido.

Para Landowski (2002), o sentido emerge de uma co-presença, exige uma reciprocidade, o ajustamento, o contato, o sentido se constrói numa teoria das ações, os estados não se tratam de fusão, mas sim de relação.

Nos anos 60 do século passado, podemos identificar as primeiras tentativas de uma estética voltada ao digital. As estéticas informacionais, desenvolvidas por Abraham Moles e Max Bense, são um bom exemplo neste sentido. Influenciadas pela teoria da informação e pela cibernética, elas partiam do pressuposto de que a arte já não deveria ser mais definida em termos de beleza ou verdade, mas a partir de informações estéticas mensuráveis matematicamente.

Apesar de estas teorias traduzirem com profundidade as mudanças na percepção do mundo impostas pelo desenvolvimento das tecnologias da comunicação e do tratamento automático da informação, elas só exploraram o campo artístico sob o seu aspecto informacional, não levando em conta as interações entre a obra e o espectador.

Sobre esta questão seria interessante resgatar o pensamento de Marshall McLuhan (1965), que assinala a passagem da estética da forma da filosofia da arte para a filosofia da mídia. No seu volume *Understanding Media*, ele realiza uma virada de enorme importância, na qual os problemas da forma estética são pensados em relação aos meios de comunicação.

Para o autor canadense existiriam dois modos fundamentais de percepção estética: um homogêneo, linear, hierárquico, típico dos meios quentes e estreitamente ligado à escrita alfabética, à imprensa, ao cinema e à fotografia, e um segundo, típico dos meios frios que, com baixa definição, solicitariam a intervenção ativa do fruidor, correspondendo à televisão e ao computador.

A crítica à estética da forma - do objeto único e imutável - é um dos pontos centrais estética da comunicação: nega-se a primazia da obra de arte acabada e única, da obra de arte que prega a primazia do objeto, instaurando uma estética do evento e do processo, do tempo, do fluxo de comunicação entre seus integrantes e da participação do público.

Porém, apesar de traduzirem com profundidade as mudanças na percepção do mundo, impostas pelo desenvolvimento das tecnologias da comunicação e do tratamento automático da informação, essas teorias só exploraram o campo artístico sob o seu aspecto informacional, não levando em conta as interações, os fluxos de informação entre a obra e o espectador, elemento central para se pensar a estética na atualidade.

A obra de arte, neste caso, não é uma representação imitativa da realidade, mas uma capacidade comunicativa, de fluxos de informações entre domínios, em uma relação dinâmica.

São poucos, porém, os pensadores que compartilham o entusiasmo de McLuhan relativamente aos meios de comunicação e, principalmente, sua relação positiva com o mundo das artes. Gianni Vattimo (1996), por exemplo, assinala uma explosão da estética para fora de seus limites precisos definidos

pela tradição. O “estranhamente pervertido” colocado por ele é expressão de um sintoma geral da contemporaneidade, onde tudo é aparência e simulacro.

As artes nas mídias, neste sentido, se manifestam de forma interfaceada a partir da influência de diferentes áreas do saber para o desenvolvimento de suas propostas estéticas, uma vez que, como já vimos anteriormente, para o artista contemporâneo prioriza as questões de linguagem.

A seguir, apresentaremos um breve histórico da revista *Simple* e, em seguida partiremos para a análise estética da mesma.

CAPÍTULO 3- REVISTA SIMPLES: UMA LEITURA ESTÉTICA

CAPÍTULO 3- REVISTA SIMPLES: UMA LEITURA ESTÉTICA

3.1- Histórico

A revista simples é uma publicação bimestral de caráter experimental, cujo subtítulo é “Sociedade criativa”. O editorial da revista possui coberturas sobre cultura, mais especificamente música, cinema, moda e arte. O expediente é composto por profissionais fixos, mas a grande maioria das matérias e artigos é assinada por colaboradores *freelancers*.

A “Sociedade Criativa”, de acordo com informações da equipe *Simple* (como os profissionais que trabalham na revista se identificam), deu início às suas atividades com o foco de atuação voltado para diversas frentes, sempre com os mesmos objetivos em vista: integrar profissionais ligados à criatividade, provocar questionamentos na sociedade e estimular o surgimento de novos talentos em criação.

Dentro do rol de atividades, estão previstas palestras, workshops, cursos, exposições, premiações para criadores, além da publicação de trabalhos autorais no caderno "Sociedade Criativa", da revista *Simple*.

A proposta editorial da *Simple* é ousada e original, com um design *clean* e moderno e diagramação diferenciada com alusões e referências artísticas com tendências experimentalistas, o que corresponde a um modo de intervenção estética, assumido como vanguarda.

O tamanho da revista também é diferenciado, é menor do que as convencionais (menor que o formato A4) e possui variados tipos de papéis ao longo da edição conforme mudam as editorias (papel couché brilhante, papel de jornal, papel reciclável), o que evidencia seu caráter experimental.

A publicação adota uma linguagem intimista com o leitor, sem seguir manual de redação de jornalismo, uma espécie de diálogo com um toque poético, com questionamentos freqüentes que proporcionam a reflexão, tem inclusive, páginas dedicadas a opiniões e expressões do leitor.

Além disso, o critério de pauta mais importante para a *Equipe Simples* é questionar e causar reflexão através de entrevistas e artigos escritos não necessariamente por jornalistas, mas também por especialistas em cultura, sobre o próprio fenômeno indústria cultural e todos os seus rótulos e tabus. Segue abaixo o editorial da edição número 30 da publicação, objeto de estudo desta monografia, e que traduz muito bem a proposta diferenciada a que me refiro acima:

Reza simples:
Onde houver dúvida, que eu leve cultura
Onde houver atitude, que eu leve vanguarda
Onde houver tristeza, que eu leve risadas
Onde houver tirania, que eu leve justiça
Onde houver mistério, que eu leve verdade
Onde houver truque, que eu leve estilo
Onde houver discórdia, que eu leve arte
Onde houver novela, que eu leve cinema
Onde houver ruído, que eu leve música
Onde houver confusão, que eu leve simplicidade
Onde houver rebeldia, que eu leve *underground*
Onde houver rabo preso, que eu leve independência

Através dessas características peculiares que exigem um repertório do leitor e também pelo valor da revista de R\$6,00 na época da publicação, é possível identificar seu público alvo entre 20 e 35 anos de classe média e classe média alta, e caracterizá-lo como alternativo-moderno, ou seja, que valoriza a consciência crítica, que estão abertos a transformação do senso comum em criatividade.

Tal constatação será desenvolvida no próximo tópico, onde partiremos para a análise estética em si embasada na fundamentação teórica aprofundada até aqui.

3.2- Análise Estética da Revista

A revista *Simples* nº 22 de julho/agosto de 2003 traz como chamada de capa apenas um especial de arte. Para esta análise foram selecionadas cinco imagens: a capa, a matéria de artes visuais, o artigo de cinema, uma editoria de moda chamada “Intercambio” e a charge “criatividade social”.



Fig 1, capa edição nº22 da Revista Simples

A capa apresenta o nome da revista em vermelho (cor quente) com o subtítulo "Sociedade Criativa" abaixo em preto. A única chamada da capa "especial arte" está em um espaço branco que ocupa metade da revista, espaço este considerado grande se comparado a quantidade de informações tradicionalmente utilizadas pelas revistas como recurso de chamar a atenção do público.

Logo abaixo, na parte inferior da revista, há uma imagem de uma obra de arte: uma gravura em plano médio de uma jovem garota virada de costas com o cabelo amarrado com dois laços, estilo *maria chiquinha*. A imagem é composta por um retângulo branco que institui um fundo para essa capa. Sobreposto a esse retângulo, tem-se a imagem da reprodução de uma obra de arte em formato quadrado, e um texto logo abaixo da reprodução com um texto verbal manuscrito: pequenas revoluções diárias.

O fato da garota da obra estar de costas apresenta um jogo visual, pois a menina que volta suas costas para o leitor ao mesmo tempo o convida a olhar a publicação e ver o que ela vê. Tal jogo provoca no leitor um sentimento de admiração, na medida em que suscita o inusitado, convida o leitor a conhecer algo diferente, um novo olhar.

Já a frase que complementa a imagem "pequenas revoluções diárias" dá um novo significado a figura da menina, característica intrínseca da estética da recepção. No contexto, a garota mostra agora para nós como uma menina em fase de crescimento, de transformação do corpo e das idéias. A parte superior do desenho indica uma cabeça de criança, no entanto a metade inferior já delineia um corpo de mulher e assim as palavras "pequenas revoluções diárias" reafirmam a transição dessa jovem, estampada na gravura.

Essa estrutura nos leva a pensar nas relações de divisão de espaço estabelecido pelo retângulo áureo, relação essa que faz alusão aos cânones clássicos do Renascimento, encontramos aqui o conceito do belo, pois possui características formais como ordem, proporção e simetria. No entanto, a percepção desse retângulo áureo não é confirmada pelo conteúdo presente na

imagem figurativizada da gravura. Como já foi dito, essa imagem mostra o desenho de uma figura feminina realizado por grafismos, colocada numa relação entre dois planos: figura e fundo.

A composição em figura e fundo e o tratamento gráfico mais rústico da gravura remetem às anotações de um rascunho de artista. Em um primeiro contato com a obra, a percepção do retângulo áureo poderia sugerir o uso da perspectiva clássica e das relações de volumes estabelecidas pela luz e sombra; no entanto, ao associar a imagem e o texto, há uma contraposição desses modelos clássicos, o que nos propõe a apropriação desses modelos para a construção de um novo discurso. Nesse desdobramento, tudo o que vemos nos coloca diante de uma nova visualidade, diferente daquela presente nos cânones clássicos, pois a planificação da imagem da gravura, em oposição a essa construção da capa, propõe padrões estéticos característicos da arte contemporânea.

Neste perspectiva, a capa é construída por um texto sincrético, visual e verbal. Tal diagramação diferenciada já denota seu estilo conceitual, uma vez que rompe com os padrões tradicionais de revistas. Assim, a imagem possibilita a leitura do estranhamento, pois foge do modelo clássico de representação, chamando a atenção de um público específico que se opõe ao gosto do estilo dito “burguês”, ou seja, simplesmente belo. A imaginação também é aguçada pela forma não convencional de representar o corpo.

O nome da revista simples em vermelho, com o subtítulo “Sociedade criativa” escrito na vertical reforça o estilo peculiar adotado pela revista e direciona o seu público alvo, que é identificado como um grupo social capaz de criar, transformar idéias, ou seja, que faz parte da “sociedade criativa”. A cor quente (vermelho) chama a atenção e alude às mudanças propostas pela revista.

Neste sentido, o leitor da revista *Simples*, inserido nessa capa, deve ter interesse em cultura e desejo de ser parte da sociedade criativa explicitada

pelo discurso verbal. Esse mesmo leitor deve ser também um sujeito que vê a moda como objeto de valor explicitado dentro de uma cultura.

Partiremos para a análise da imagem abaixo (fig.2, da p. 23 da *Revista Simples*) que se trata da matéria sobre artes visuais cujo *lead*¹⁰ é:



A ilustração no Brasil alcançou, enfim, um status de arte e trouxe uma nova geração de jovens artistas plásticos, designers, grafiteiros, fotógrafos e animadores com um trabalho específico para as mais diversas mídias

O texto na matéria é dividido em duas colunas e intercalado com duas imagens: a primeira, que antecede a matéria é uma ilustração em preto e branco constituída por um ser não identificado cujo corpo é da cor negra e compõe-se em curvas expressivas do pescoço para baixo. No interior do corpo há linhas que

formam as estruturas de alguns órgãos como, coluna, orelha, olhos, porém estão em lugares diferentes do que na realidade. Além disso, há uma espécie de asa que está ligada por umas linhas. Acima da cabeça desse corpo, há ainda uma estrela e a parte peitoral do corpo está cercada por uma espécie de muralha, que se desenvolve também fora do corpo.

A outra imagem trata-se também de uma ilustração em forma de retângulo cujo fundo é escuro e dentro desse retângulo há um ser não identificado de cor levemente amarelada com uma cabeça relativamente grande e orelhas para cima em tamanhos diferentes e no lugar dos olhos, há dois buracos também de tamanhos diferentes. Esse ser está com os dois

¹⁰ Termo específico de jornalismo para designar o panorama inicial da notícia na matéria.

braços abertos segurando duas espécies de cabeças de fantasmas. Toda figura é contornada por tintas vermelhas que escorrem ao longo do corpo.

As duas ilustrações possuem características conceituais estéticas semelhantes, pois ao relacioná-las com a matéria trata-se de obras de artistas jovens, contemporâneos e seus aspectos nos parecem grotesco, com desarmonia de formas e a exploração do anti-natural, foge da estética da beleza através das misturas esdrúxulas que há, por exemplo, na primeira imagem ao desestruturar as estruturas dos órgãos humanos, o que causa uma sensação de estranhamento no fruidor, na medida em que não há uma identificação imediata com a representação. Evidencia-se, aqui, a estética do grotesco, do estranhamento e da imaginação.

Porém ao relacionar o texto verbal com o não verbal, como propõe a estética da recepção é possível identificar fortes tendências da arte conceitual, pois, além de não obedecer às exigências formalistas tradicionais, a arte está intimamente ligada à linguagem e seu contexto histórico-cultural.



Fig. 3 – Artigo de cinema – p. 34 da *Revista Simples*

O artigo de cinema intitulado “esboço para um filme” trata do relato de uma experiência totalmente inusitada e experimental, pois o artigo fala da participação da colaboradora da revista numa exposição com a proposta de traduzir o trabalho da artista alejandra Riera, “um film non-résolue”. Com uma câmera na mão a colaboradora e participante da exposição registrou todos os fragmentos intensos do trabalho e com o material bruto, ou seja, sem ter passado por nenhum tipo de edição, convocou o público a participar desse processo de criação. O resultado foram novas e diferentes relações e significados a cada material. O olho¹¹ da matéria reforça a tendência contemporânea, pois está diagramada entre as duas colunas de texto na posição vertical.

¹¹ Termo jornalístico referente ao destaque dado a algum trecho da matéria considerado importante.

Acima do texto há uma imagem em contornos vermelhos que consiste em um ser com características mais bem definidas, que assim como o texto fala da interação e identificação do público com o processo de criação artística, é possível ter uma identificação maior com as características do ser humano. O rosto tem traços tipicamente masculinos com orelhas alongadas para cima e possui duas espécies de chifres em cima da cabeça, porém os braços se encontram posicionados de maneira tipicamente feminina com as mãos levemente inclinadas e as unhas pintadas de vermelho. Além disso, na altura da orelha saem uns grafismos que liga a uma fita que é utilizada para rodar um filme, o que caracteriza, no contexto, uma interferência artística.

A imagem explora de maneira sutil a percepção conceitual do grotesco, pois mesmo tendo formas humanas mais definidas ainda tem características de um ser não identificado, o que causa um estranhamento e também uma estética do gosto uma vez que durante a experiência é possível agregar novos valores a natureza artística.

A configuração da imagem faz alusão ao texto e juntos referem-se à interação e liberdade no processo de criação, ao caráter experimental, característica intrínseca do dadaísmo e arte conceitual. Nesse sentido, há um sentimento de estranhamento, mas logo é percebida uma identificação por ter traços característicos de ambos os sexos e causa a empatia do observador, pois desperta um sentimento de aspiração ao absorver as informações no processo comunicativo entre arte e leitura.

Na editoria de moda da revista há uma sessão chamada “ intercâmbio” com o subtítulo “ Macro. Micro. Sobreposição. Intersecção. Assimetria. Intercambio com outros sistemas de significados”.

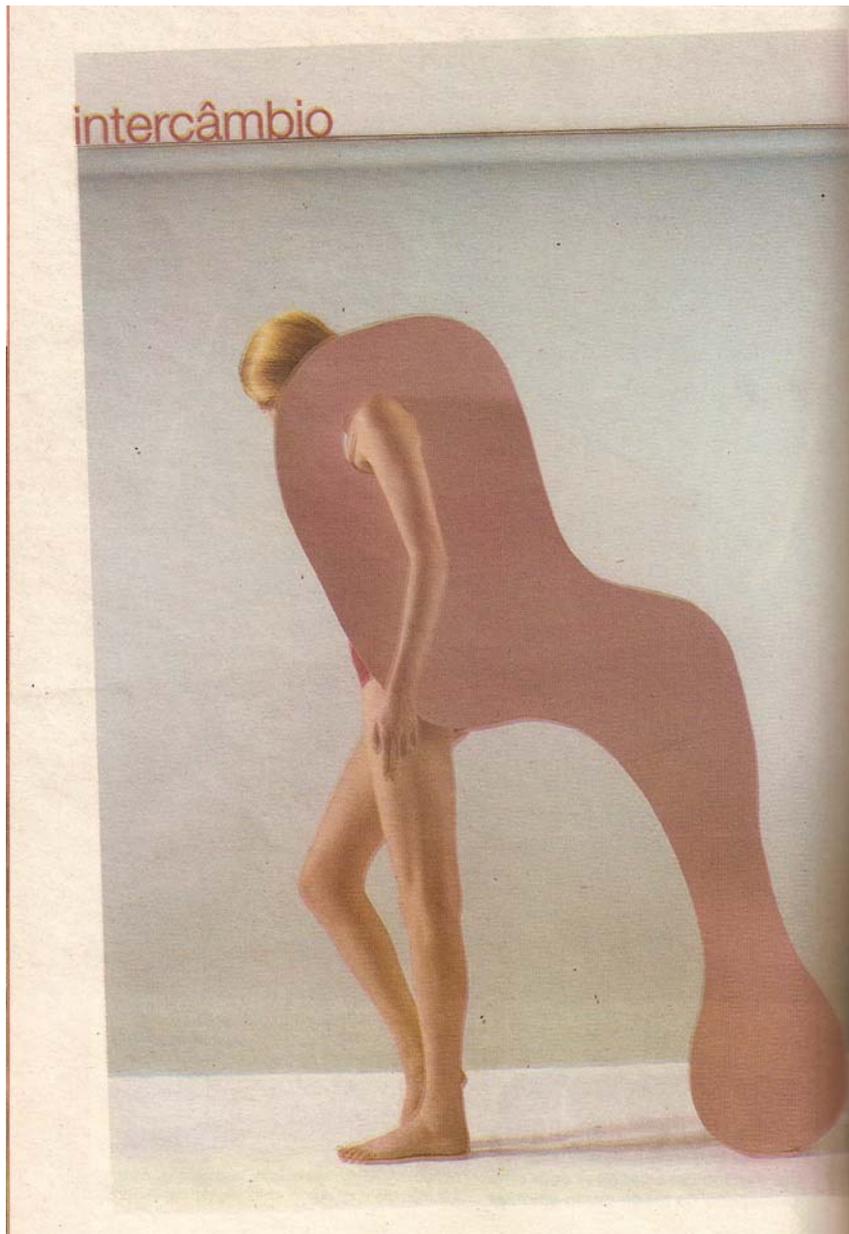


Fig. 4 – Editorial de moda – p. 98 da *Revista Simples*

Na página em questão, há uma fotografia cujo fundo é uma parede cinza sem cenário, ao centro há uma modelo loira olhando para baixo em pé com uma perna reta e a outra levemente apoiada no chão. No lugar de um *look*, termo utilizado para designar uma composição de roupas, tem um suporte cor-de-rosa, que funciona como uma espécie de biombo com um buraco na parte superior onde entra o braço da modelo, como se ela estivesse vestindo o objeto. Esse suporte tampa desde o rosto até as nádegas da modelo e depois sua forma circular se desprende do corpo e forma uma espécie de outra perna que se apóia no chão atrás da modelo.

A palavra “intercâmbio” está um pouco acima da cabeça da modelo escrita em vermelho e a composição da fotografia com o cenário *clean* e propõe realmente o que o subtítulo da sessão diz, uma troca de conceitos, de significados. O que reforça mais uma vez a tendência contemporânea da publicação ao explorar algo que foge do convencional. O fato do suporte esconder o rosto da modelo é uma crítica ao culto ao padrão de beleza.

O leitor, ao se deparar com um conceito tão inusitado se vê mergulhado na imaginação e admiração da imagem, uma vez que todos os elementos denotam um novo olhar artístico, despertando uma nova consciência e transcendendo os padrões interpretativos do senso comum.

Por fim, partiremos para a última análise estética deste trabalho. Trata-se de uma charge intitulada “Criatividade social” cujo texto diz o seguinte: A arte tem de ir aonde o povo está! Com vocês, o artista-sanduíche!”

A ARTE TEM DE IR
AONDE O POVO ESTÁ!
COM VOCÊS, O
ARTISTA-SANDUÍCHE!

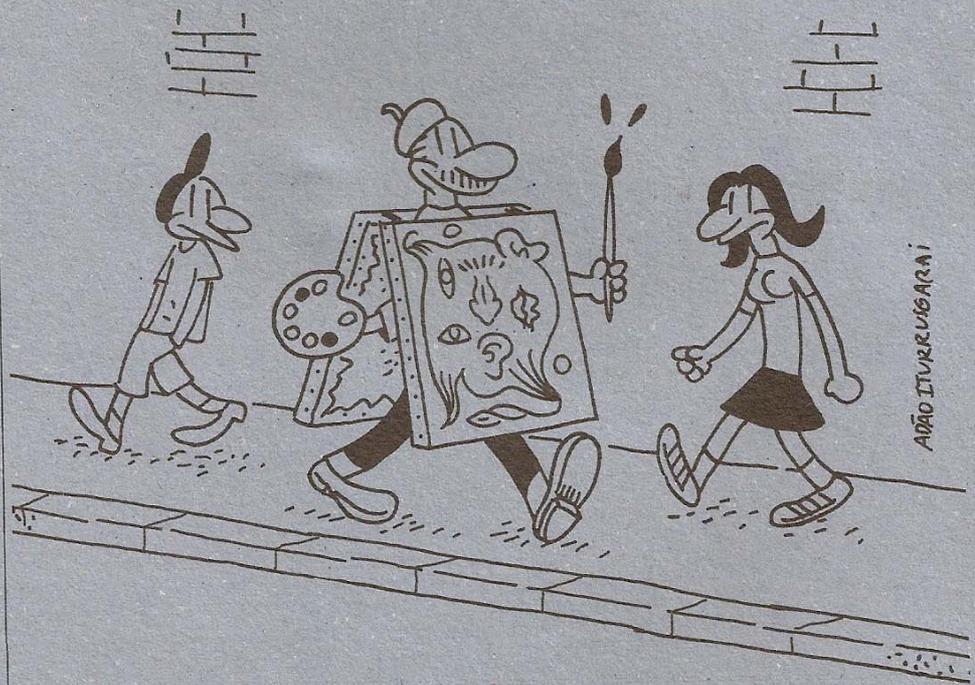


Fig. 5 – charge – p. 119 da *Revista Simples*

O papel desta página da revista é diferente do papel convencional, pois é mais rústico, com uma textura mais áspera e com uma tonalidade azulada. Abaixo do texto verbal, há a ilustração da charge: um homem caminhando numa calçada com características típicas de um pintor, ou seja, utilizando uma boina, com um bigodinho, segurando em uma mão uma aquarela de tintas e na outra o pincel. No lugar de uma camiseta, ele tem duas telas ligadas interligadas, de modo que uma das telas se encontra nas costas virada para quem está atrás dele e a outra tela se encontra na frente do seu corpo, para quem está vindo de encontro também possa ter acesso a pintura. As telas estão penduradas no seu ombro, como se o homem estivesse vestindo as telas.

Na imagem há ainda uma jovem garota que caminha ao encontro do homem com o olhar fixo na tela que se encontra na frente e logo depois do homem tem um jovem garoto utilizando bonés e com a mão no bolso, olhando para trás admirando a tela que se encontra nas costas do homem.

A configuração texto e imagem nos remetem ao conceito estético cômico, pois a expressão “artista sanduíche” e a imagem do homem envolto nas telas, como se fosse um sanduíche mesmo já é uma arte conceitual, pois causa um descompasso na interpretação do observador de maneira espontânea. O fato de a arte estar associada ao popular sanduíche revela a crítica da charge ao elitismo cultural, pois dissemina a idéia de que a arte e o artista têm que ser acessível à todos.

Sobre esse caráter cômico, Paseti conclui que,

A ironia (ou o humor, já que ambos se utilizam os mesmos referenciais para chamar a atenção do leitor) se dá a partir do momento que o sujeito-autor opera com estratégias enunciativas, que lhe permitem colocar em “cena” no discurso de um locutor que, embora seja responsável pela veiculação do enunciado, não é responsável pelo ponto de vista expresso no enunciado, através de seu enunciador absurdo. (PASSETI,1999, p.41)

Nesse processo de recepção, não só a tela em si é uma arte, mas também a atitude do homem se trata de uma intervenção artística, intervenção conceitual.

Considerações finais

Através desta análise foi possível identificar a influência da arte contemporânea e seus conceitos na mídia. A revista *Simple*, por se tratar de uma revista de moda, ao invés de explorar o consumismo e sugerir padrões de beleza, direciona seu público à consciência crítica através de uma proposta totalmente inovadora de “fazer jornalismo de moda” no Brasil.

Ao adotar um editorial de arte a revista assume a influência do Dadaísmo e da Arte conceitual e tem como objetivo mostrar criações artísticas em contextos modernos. Os artigos e matérias, com linguagem mais intimista, sem seguir os padrões de redação de jornalismo, proporciona ao leitor reflexões criativas.

Ao utilizar como referencia de análise a estética da recepção, pudemos fazer a intertextualidade imagem/texto e nos aprofundarmos no processo da experiência estética sob a ótica do receptor na mudança de percepção, agindo ativamente no processo artístico.

Ao analisarmos as imagens através dos conceitos estéticos na arte contemporânea pudemos perceber uma transformação na percepção estética, na medida em que o belo deixou de ser condição *sine qua non* para que algo fosse considerado uma obra de arte, atualmente a linguagem e a imaginação fazem parte do processo da fruição estética, proporcionando a liberdade de conceitos tanto na criação artística como na estética da recepção envolvida.

Nesta perspectiva é possível identificar uma relação de apropriação de conteúdos entre obra/leitor e o papel da mídia, ainda que minoria, mas uma possível tendência, em estimular a criatividade reflexiva ao explorar tendências da vanguarda artística e inseri-las nos valores do contexto cultural atual.

Assim, as transformações na percepção de arte refletem a qualidade do jornalismo opinativo, quebrando fronteiras e tabus. Arte e jornalismo unem

forças críticas a favor da independência artística-cultural. Esse processo faz parte do que a revista sugere como “pequenas revoluções diárias”, pequenas, mas que fazem a diferença.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASCOTT, R. *Quando a onça se deita com a ovelha: a arte com mídias úmidas e a cultura pósbiológica*. In: DOMINGUES, Diana (org.). *Arte e vida no século XXI: tecnologia, ciência e criatividade*.

BARROS, Antonio Walter Ribeiro de. *Estética, Arte e Estilo*. Bauru: Document Center, 2000.

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, in Benjamin, W. *Obras escolhidas. Magia e técnica, Arte e política*, SP, Brasiliense, 1985.

BRETON, André. *Manifesto do Surrealismo*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

CHARTIER, Roger. *Aventura do Livro- do leitor ao navegador*. São Paulo: Unesp, 1998

CIRNE-LIMA, Carlos. *Dialética para Principiantes*. Porto Alegre: Edipucrs, 1996, p. 15

COLI, Jorge. *O que é arte*. SP, Brasiliense, 1985.

COLLINGWOOD, R. G. *The Principles of Art* (Oxford: Oxford University Press, 1974).

DIAS, Lincoln Guimarães. *Comunicação e sentido: A matéria nas artes plásticas*. São Paulo, 2005. 72 p. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem visual*. Martins Fontes, 1999.

DUFRENNE, Mikel. *Estética e Filosofia*. São Paulo: Perspectiva, 2004.

ECO, Umberto. *A definição da arte*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

_____. *Viagem na irrealidade cotidiana*. RJ, Nova Fronteira, 1984.

FRANCASTEL, Pierre. *Impressionismo*. Lisboa, Martins Fontes, 1988.

FEIJÓ, Mario. *Quadrinhos em ação: um século de história*. São Paulo: Moderna, 1997.

GOMBRICH, E.H. *A história da arte*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

HAUSER, Arnold. *História social da literatura e da arte*. SP, Mestre Jou, 1972.

HEGEL, G. W. F. *Estética. A Idéia e o Ideal*. Tradução de Orlando Vitorino. Lisboa: Guimarães Editores, 1952.

ISER, Wolfgang. (1996), *O Ato da Leitura – Uma Teoria do Efeito Estético* – vols. 1 e 2. Ed. 34, Rio de Janeiro,.

ISER, Wolfgang. *The implied ed reader patterns of communication in prose fiction from Bunyan to Beckett*. Baltimore: The John Hopkins University Press, 1974.

JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. Campinas: Papyrus, 1996.

JOUBE, Vicent. *A leitura*. São Paulo: Unesp, 2002.

JUSTINO, José Maria. *Seja Marginal, Seja Herói: modernidade e pós-modernidade em Hélio Oiticica*. Curitiba: da UFPR, 1998.

KANT, Emanuel. *A Crítica da Razão Pura* in: *Série “Os Pensadores”*. São Paulo. Abril, 1995.

MANGUEL, Alberto. *Uma história da leitura*. São Paulo: Companhia das letras, 1997.

MCLUHAN, Marshall,. *Understanding Media*. McGraw-Hill Paperbacks, E.U.A. 1965.

MARTINS, A. L. *Revistas em revistas*: Edusp. São Paulo, 2001

LANDOWSKI, Eric. *Presenças do outro*. São Paulo: Perspectiva, 2002.

LIMA, Luis Carlos (org.). *A literatura e leitor. Textos da Estética da Recepção*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

LIMA, Luis Costa. *Teoria da Cultura de Massa*. Paz e Terra,

PAREYSON, Luigi. *Os problemas da estética*. São Paulo: Martins Fontes, Piza, D. *Jornalismo cultural*. Contexto. 2003.

PASSETI, Maria Célia Cortez. *A ironia no discurso jornalístico*. In: *Os discursos jornalísticos: manchete, reportagem, classificados & artigos*. Vasconcelos, Sílvia Inês. Itajaí: Univalli; Maringá: Eduem, 1999.

READ, Herbert. *História da pintura moderna*. SP, Círculo do Livro, 1985.

SARTRE, Jean Paul. *O ser e o nada – ensaio sobre a ontologia fenomenológica*. Vozes, SP. 1997.

SUBIRATS, Eduardo. *Da vanguarda ao pós-moderno*. SP, Nobel, 1986.

TOMKINS, Calvin. *Duchamp – uma biografia*: Cosac & Naify, SP , 2007.

VATTIMO, Gianni. *O fim da modernidade: niilismo e hermenêutica na cultura pós-moderna*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

ZIFF, Paul. *Philosophic Turnings: Essays in Conceptual Appreciation*. Ithaca: Cornell University Press, 1966, p. 46.

ZILBERMAN, Regina. *Estética da recepção e história da literatura*. São Paulo: Ática, 1989.

WITTGENSTEIN, Ludwig. *Tratado Lógico-Filosófico*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1987.

_____. *Investigações Filosóficas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1987.

<http://www.itaucultural.org.br>: consultado em 15/09/2007

<http://www.geocities.com/carlaoliveira.geo/dadaismo.html>: consultado em 02/10/2007

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Fluxus>: consultado em 02/10/2007

<http://www.digestivocultural.com/colunistas/imprimir>: consultado em 13/10/2007

http://www.blocosonline.com.br/sobre_portal/conteudo/registros/registros_doc_02.php: consultado em 07/10/2007

<http://www.mundodosfilosofos.com.br/estoicismo.htm>: consultado em 21/11/2007

<http://www.memorial.rs.gov.br/cadernos/sartre.pdf>: consultado em 13/11/2007