



UnB - Universidade de Brasília
FAC - Faculdade de Comunicação
Trabalho de Conclusão de Curso – TCC
Curso: Comunicação Social
Habilitação: Publicidade e Propaganda

GABRIEL LOUREIRO DE OLIVEIRA

ARTE, LINGUAGEM E PUBLICIDADE
Análise da Relação entre a Arte e a Publicidade, a Construção Simbólica
e o Imaginário Coletivo

Brasília
1º/2011

GABRIEL LOUREIRO DE OLIVEIRA

ARTE, LINGUAGEM E PUBLICIDADE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UnB - Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.
Orientador: Prof. Gustavo de Castro

Banca Examinadora:

Prof. Gustavo de Castro - orientador

Prof. Wagner Rizzo

Prof. Gabriela Freitas

“Teoria” está ligado à etimologia “theoria”, que se refere à “procissão ou cortejo em honra de Deus”. Theos, o divino, é o instigador.

*Dedico este trabalho aos meus sócios
Toscanini e Vitor, aos meus pais pela
orientação, e a Carol pela presença e
apoio.*

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	09
2. METODOLOGIA	10
3. ORIGEM DA CONSTRUÇÃO SIMBÓLICA.....	11
3.1 CONCEPÇÃO ARQUEOLÓGICA.....	11
3.2 OUTRAS CONCEPÇÕES.....	15
4. BUSCA PELA FUNÇÃO DA ARTE EM RELAÇÃO AO IMAGINÁRIO COLETIVO PARTINDO DE TENTATIVAS DE SUA CONCEITUAÇÃO.....	20
4.1 INTERLOCUÇÕES DE TEÓRICOS.....	21
4.2 OBJETO-ARTE.....	23
4.3 OUTRA PERSPECTIVA.....	24
4.4 RELAÇÃO COM O IMAGINÁRIO COLETIVO.....	29
5. ORIGEM DA PUBLICIDADE.....	31
6. DIFERENCIAÇÃO ENTRE ARTE E PUBLICIDADE.....	33
6.1 EXEMPLOS DE APROPRIAÇÃO DA ARTE PELA PUBLICIDADE	37
9. CONCLUSÃO	41
10. BIBLIOGRAFIA.....	43

RESUMO

Este trabalho dedica-se a estudar a relação que se estabelece entre a arte e a publicidade no que se refere à expansão do imaginário coletivo. Entender a importância da arte na construção dos modos de representação da realidade, e, a partir disso, discutir sua relação com a comunicação, no que tange ao processo referente à gênese da construção simbólica.

palavras-chave: arte, linguagem, publicidade, cultura, imaginário coletivo, comunicação.

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos séculos, a cultura global sofreu uma grande revolução que ampliou de modo estrondoso o universo de objetos que passaram a ser catalogados como arte. Se antes havia escolas e regras a serem seguidas, atualmente o desafio parece ser justamente a negação de qualquer regra. A arte se desvinculou da estética visual, podendo ter qualquer modo de apresentação, e vêm invadindo todos os campos de conhecimento, experimentando novos suportes e tecnologias, tornando o questionamento sobre sua natureza e função, uma questão cada vez mais discutida entre filósofos, artistas e acadêmicos.

É nítida a proximidade que tem-se entre a arte e a publicidade. A cada dia é comum vermos artistas plásticos frequentando agências de publicidade, e publicitários expondo em galerias.

Este trabalho preocupou-se em conceituar os dois termos, a fim de reconhecer os pontos de convergência e divergência entre tais áreas.

Sendo tanto a arte, quanto a publicidade, áreas apoiadas sobre esta rede denominada imaginário coletivo, procurou-se entender um pouco mais sobre a origem de ambas, voltando-se os olhares para o passado. Tal compreensão está intimamente ligada ao processo de construção da cultura conforme conhecemos atualmente.

Em seguida, procurou-se apresentar a difícil conceituação do que seria a arte – tema pautado por intermináveis discussões, que produziram toda uma mecânica de geração de manifestos ao longo dos últimos séculos – e a conceituação de Modernismo, que segundo teóricos, sucedeu no fim da narrativa da história da arte.

Tendo-se nítidas tais compreensões, pretende-se analisar o papel desempenhado pela arte e publicidade acerca do imaginário coletivo.

O presente trabalho foi desenvolvido tendo como fundamentação teórica Anne Cauquelin, Arthur Danto, Georg Wilhelm Friedrich Hegel, Martin Heidegger, Ferreira Gullar, Paul Klee, Hans Belting, Jean-Jacques Rousseau, como referências filosóficas. Steven Mithen apresenta o embasamento teórico sob a ótica da arqueologia, e Freud e Winnicott sob a ótica da psicanálise.

2. METODOLOGIA

A metodologia adotada, em vista do enfoque teórico, consistiu em pesquisa bibliográfica e exploração conceitual, com discussão eventual de exemplos e informações atuais que ilustrem as informações apontadas ao longo do trabalho.

O levantamento, a seleção, os fichamentos e arquivamentos relacionados à pesquisa foram realizados antes, e ao decorrer do andamento do trabalho, sendo continuados à medida em que emergiam novas colocações pertinentes aos objetivos.

Vasta pesquisa foi levantada previamente à luz de conhecimentos provenientes de outros departamentos que tangenciam o assunto, como a Filosofia, Psicologia e as Artes.

O acesso à Bibliografia foi feito de dois modos básicos: manualmente e virtualmente, principalmente no que se refere a livros já enquadrados em domínio público.

3. ORIGEM DA CONSTRUÇÃO SIMBÓLICA

Início da Construção do Imaginário Coletivo

A existência de um sistema simbólico é fundamental para o ato da comunicação. Ao referir-se a qualquer objeto do mundo concreto, utilizamo-nos de signos, que são automaticamente atribuídos a referentes à medida em que a mensagem é compreendida.

Este mecanismo de trocas de informação somente é possível por haver algum tipo de convenção deste sistema simbólico - que seria a linguagem. Cada signo traria em si um significado ideal, porém flexível o suficiente para se referir às coisas do mundo concreto com certa facilidade. Esta transposição do mundo concreto para o mundo abstrato é um ato individual, porém, para que haja comunicação, é necessário haver um espaço-comum, uma área coletiva da significação, a qual estariam imersas a linguagem, e em maior abrangência, o imaginário coletivo.

O presente trabalho propõe-se primeiramente voltar à origem cronológica para entender como se deu a construção deste sistema.

3.1 Concepção Arqueológica

A linguagem humana, em seus componentes físico e mental, não é igual a nenhum outro tipo de linguagem animal conhecida, embora diversas espécies apresentem sistemas de comunicação bastante desenvolvidos.

(Franchetto, 2004)

Segundo o arqueólogo Steven Mithen (1996), há cerca de sessenta mil anos atrás, a humanidade passou por uma grande “explosão cultural”. Foi quando surgiram as primeiras manifestações artísticas e religiosas – traços comuns do imaginário coletivo. De acordo com relatos arqueológicos citados pelo autor, nesta época não houve mudanças no tamanho do cérebro de nossos antepassados, portanto, o desenvolvimento da inteligência e cultura não seriam exclusivamente ligados à fisiologia cerebral. Anatomicamente, a mente humana já estaria pronta há cerca de trezentos mil anos. Outros fatores teriam auxiliado neste desenvolvimento repentino da cognição.

As primeiras obras de arte não teriam sido criadas para adornar o corpo ou decorar cavernas, mas para controlar as forças da natureza. A simbologia religiosa

representava figurativamente animais, pessoas ou híbridos que acreditava-se possuir poderes sobrenaturais. (MITHEN, 1996)

Uma das primeiras representações figurativas trata-se de uma estatueta de marfim datada de 33 mil anos atrás – encontrada no sudeste da Alemanha. Tal obra, de apenas 28 cm de altura, demonstra extraordinária combinação de habilidade técnica e imaginação, retratando um homem com cabeça de leão. (MITHEN, 1996)

Há cerca de 15 mil anos, era comum a pintura de bisões, cavalos, bois, veados, mamutes ou javalis, sobre as paredes das cavernas. Tais pinturas, situavam-se nos recessos dos ambientes, longe da luz do sol, e eram criadas sob a condição ritual a fim de garantir uma boa caça. Buracos nas paredes indicam que os habitantes atiravam lanças sobre os desenhos. (MITHEN, 1996)



Fig. 1 – Pintura rupestre, datada de cerca de 15 mil anos.

São inevitáveis as perguntas sobre os motivos que levaram o homem a fazer essas pinturas. Atualmente, a explicação mais aceita é que essa arte era realizada por caçadores, e que fazia parte de um processo de magia por meio do qual procurava-se inferir na captura de animais. Ou seja, o pintor-caçador do Paleolítico supunha ter poder sobre o animal desde que possuísse sua imagem. Acreditava que poderia matar o animal verdadeiro desde que o

representasse ferido mortalmente num desenho. Assim, para ele, os desenhos não eram representações de seres, mas os próprios seres. Essa é a explicação mais aceita para as pinturas do Paleolítico Superior.

(Proença, 2004)

Segundo Proença (2004), no período neolítico ocorrera a primeira grande transformação estética da arte. Após o domínio das técnicas de cultivo, prática pecuária e controle do fogo, o homem começava a desenvolver a capacidade de racionalização. As figuras representadas passaram a sugerir formas, mais do propriamente representá-las, e a abordagem temática passou a representar atividades cotidianas. Sobre essas pinturas, pode-se notar o surgimento de uma preocupação do artista em dar movimento às composições.

Já Steven Mithen cita cinco propriedades são cruciais na concepção da linguagem simbólica criada em tal época:

1. A forma destes poderia ser arbitrária em relação ao referente
2. Este símbolo seria criado com a intenção de comunicar
3. Poderia haver uma defasagem de espaço e tempo em relação ao referente – ou seja, a objeto artístico pode ter seu referente situado no passado ou futuro
4. O significado específico poderia variar entre indivíduos ou culturas
5. O mesmo símbolo pode tolerar um grau de variabilidade

Apesar de parecer simples sobre a perspectiva de hoje, tal fato, segundo Mithen, foi um grande salto sobre as leis e hábitos que regiam o mundo naquela época. Era a primeira vez que se criava elos de representação - fundamentais para a concepção da abstração.

A preocupação com o movimento fez com que os artistas criassem figuras leves, ágeis, pequenas e de pouca cor. Com o tempo, essas figuras foram se reduzindo a traços e linhas muito simples, mas que comunicavam algo para quem as via. Desses desenhos surge, portanto, a primeira forma de escrita, a escrita pictográfica, que consiste em representar seres e idéias pelo desenho.

(Proença, 2004)

Verifica-se que a arte visual, de fato fora precursora de um sistema simbólico que originaria a escrita.

O aspecto mais notável, porém no tocante ao naturalismo pré-histórico não é ser este mais antigo que o estilo geométrico, e sim o fato de já revelar todas as fases típicas de desenvolvimento por que passou a arte em tempos modernos, não constituindo, em nenhum sentido, um fenômeno meramente instintivo, estático e a-histórico, como declararam ser os eruditos obcecados com a arte geométrica e rigorosamente formal. É uma arte que, a partir de uma fidelidade linear à natureza, na qual as formas individuais ainda são moldadas rígidas e laboriosamente, avança para uma técnica mais ágil e brilhante, quase impressionista. É um processo que mostra a compreensão crescente de como dar à impressão óptica final uma forma cada vez mais pictórica, instantânea e aparentemente espontânea. A exatidão do desenho atinge tal nível de virtuosismo, que torna possível dominar atitudes e aspectos cada vez mais difíceis, movimentos e gestos cada vez mais audaciosos. Esse naturalismo não é, entretanto, uma fórmula fixa e estacionária; constitui, antes, uma forma viva e cambiante, que aborda a tradução da realidade com os mais variados meios de expressão e cumpre sua tarefa com maior ou menor perícia. O estado indiscriminadamente instintivo da natureza foi há muito ultrapassado, mas falta ainda percorrer um longo caminho para se atingir aquele estado de cultura em que são criadas as fórmulas artísticas gerais.

(Hauser, 1998)

Constata-se pela concepção arqueológica da origem da construção simbólica, que esta envolveu uma trama entre a religião, a arte e a linguagem, não havendo diferenciação entre tais atividades neste período inicial. O signo confundia-se com seu referente, não sendo nítida para os homens de tal tempo, a diferenciação entre o concreto e o abstrato. Deste modo, o imaginário coletivo desenvolveu-se juntamente com a própria compreensão do mundo que nos cercava. O recém-nascido “mundo das idéias”, fundamental para o próprio ato da comunicação, era um território visto como mágico, onde se poderia ilimitadamente transpor os objetos do mundo real. Assim, criar-se-ia a linguagem e a própria consciência.

3.2 Outras concepções

Até meados do século XVIII, toda a produção acadêmica produzida sobre a origem do imaginário coletivo, havia sido baseada em pensamentos históricos ou teológicos. Pode-se fazer tal busca através da origem das primeiras linguagens, visto que seria necessário um sistema de códigos compartilhado para o funcionamento linguístico. Tal questão chegou a ser proibida como tema de novas produções pela Societé de Linguistique de Paris, em 1866, tamanho alvoroço que era criado diante do assunto.

Em 1772, o filósofo alemão Johann Gottfried Herder apresenta, sob uma retórica inflamada, a afirmação de uma inseparabilidade entre linguagem e pensamento. Segundo propõe, a linguagem seria o instrumento do própria argumentação racional. Como haveria pensamento sem linguagem?

Não fora o primeiro a questionar o assunto. Na antiguidade, Aristóteles já defendia que o pensar precedia à nomeação, considerava a cognição e a abstração, superiores à linguagem, que delas dependeria para ser expressa. (Franchetto, 2004)

(...)Logos, a palavra grega que designa linguagem, inclui também os significados paralelos de "pensamento" e "razão" na palavra inglesa que dela deriva, logic. As implicações são bastante óbvias; a linguagem verbal é vista como um meio de chegar a uma forma de pensamento superior ao modo visual e ao tátil.

(Dondis, 2004)

Ainda buscando compreender a gênese do imaginário coletivo através da linguagem, Franchetto (2004) afirma que no decorrer do século XX houve muita divergência em relação a tais concepções. A primeira seria relativa à graduação do processo de desenvolvimento: As linguagens haveriam desenvolvido-se lentamente ou em saltos abruptos? De um lado, situam-se o estruturalismo e o funcionalismo, afirmando que tais mudanças de desenvolvimento teriam seguido um compasso evolutivo lento e gradual. De outro, a teoria gerativa, propõe que a mudança tenha sido brusca. - Chomsky, um dos teóricos dessa linha, propõe que a origem do que ele chama de “Dispositivo para a aquisição da linguagem” se deu por uma macromutação que causou a emergência, quase que repentina, da capacidade de recursividade.

Este debate ecoa perfeitamente com a discussão que há na biologia, sobre a teoria evolutiva das espécies e a velocidade das mudanças ocorridas.

Eric Lenneberg (apud Franchetto 2004), lingüista, neurologista e biólogo americano, afirma que as pessoas já nascem com estruturas cerebrais que determinam um roteiro de aprendizado favorecendo a construção de uma gramática interna logo nos primeiros anos de vida. Isso explica como as crianças desenvolveriam a linguagem tão rapidamente. Sendo assim, compara a linguagem a um sexto sentido, um instinto, que não depende da vontade ou consciência do indivíduo para desenvolver-se.

Por fim, existe ainda uma inconclusão, no que se refere à gênese da linguagem. Há dois pilares principais de abordagem diametralmente opostas. De um lado, uma visão racional cartesiana, proposta por Chomsky:

No programa minimalista de Chomsky o alvo é a formalização de uma gramática universal única, já que a faculdade da linguagem é igual para todos os homens e independe, assim, de fatores sociais e geográficos ou de limites da execução. O que se procura retardar é um falante/ouvinte ideal. A proposta de Chomsky retoma, até certo ponto, o que o filósofo e cientista inglês Roger Bacon (1220 - 1292), especialista em grego, árabe e hebraico, formulara no século XIII: “A gramática é uma só e a mesma para todas as línguas em sua substância, as diferenças de superfície entre elas são variações meramente acidentais.”

(Franchetto, 2004)

E de outro, a abordagem de Talmy Givón, que estuda as especificidades de cada língua e procura relacioná-las a fatores condicionantes:

O movimento inverso de Talmy Givón tem como ponto de partida a produção e suas variações e motivações funcionais, o condicionamento da linguagem ao contexto cultural e à pragmática comunicativa, enfim, aos fatores que condicionam a execução, como limitação da memória, tempo e estratégias de processamento, acessibilidade ao contexto cultural compartilhado, etc...

(Franchetto, 2004)

Tais teorias tão opostas epistemologicamente resultam em propostas irreconciliáveis sobre a gênese da linguagem. Seguindo-se um ponto de vista, não seria possível aceitar o outro. Dessa forma, a lingüística permanece inconclusiva quanto a resposta a este questionamento.

Rousseau também buscou compreender a origem da linguagem em um de seus ensaios teóricos. Em seu discurso, utiliza-se do termo “estado de natureza” que é uma

concepção filosófica do homem antes da sociedade - não necessariamente referindo-se a uma data histórica específica.

O homem dos primórdios, segundo Rousseau, viveria esparso sobre a superfície da Terra, não havendo sociedade senão a família e leis senão as da natureza. Esses homens eram tomados pela ignorância, e por consequência temiam a tudo. O único árbitro vigente seria a força bruta. Considerar-se-iam todos inimigos, dispostos a fazer aos outros todo os males que neles temiam.

A comunicação entre estes homens dispunha apenas de alguns gestos e sons inarticulados, pois vivam isolados uns dos outros. Mal tinham consciência de si próprios, viviam instintivamente, em plena barbárie. Neste estado de natureza não haveria propriedade privada, cada homem acreditaria ser dono de tudo ao seu redor, a noção de direito era inexistente.

Rousseau explica que até então a única configuração em que os homens estariam dispostos seriam as famílias, portanto as línguas faladas eram línguas domésticas - pouco desenvolvidas.

As catástrofes naturais e a sazonalidade das regiões temperadas teriam sido aspectos que levaram o homem a agrupar-se em pequenas sociedades. As mudanças de estações teriam obrigado os homens a se abastecerem previamente, e, no momento de perdas comuns, a organização de grupos mostrava-se mais favorável à sobrevivência.

Somando a necessidade de reunir-se ao conforto proveniente do controle do fogo, os seres humanos obtiveram o hábito da convivência. Daí originar-se-ia a cultura.

Para Rousseau, as línguas não seguiram um desenvolvimento racional geométrico. A linguagem haveria nascido de sentimentos morais, que aproximavam os homens por meio de suas paixões, e inicialmente seriam compostas apenas de sons simples, utilizando de poucas consoantes, bastantes apenas para separar hiatos. Essa configuração tornou a linguagem original uma mistura de poucas convenções e muitas onomatopéias, que esteticamente se assemelharia mais à música do que à linguagem que conhecemos nos dias de hoje.

Deste caso, numa hipótese evolutiva, Rousseau afirma que as consoantes teriam se multiplicado a fim de evitar as inflexões, permitindo um vocabulário mais denso com o passar do tempo. O surgimento da escrita viria posteriormente, e seria possível verificar-se a trajetória da linguagem falada, analisando-se as estruturas utilizadas na escrita proveniente de cada período. Os diferentes tipos de alfabeto seriam evidências

da complexidade lingüística em que se encontrava cada cultura, e refletiriam o arcabouço da abstração formado pelos modos de representação naquele momento.

A descrição estética, próxima à musica, a qual Rousseau propõe sobre a linguagem em sua origem, também é objeto tangente à análise deste trabalho. É como se num estágio inicial não houvesse distinção entre a arte e a linguagem. Qualquer um que comunicasse automaticamente seria poeta, músico ou artista. Não haveria outra forma. Em seguida, Rousseau descreve como deu-se a separação entre a arte e a linguagem.

À medida que a língua se aperfeiçoou, a melodia, impondo-se a si mesma novas regras, insensivelmente perdeu algo de sua antiga energia e substituiu o cálculo dos intervalos pela delicadeza das inflexões. Foi assim, por exemplo, que aos poucos se aboliu a prática do gênero enarmônico. Quando os teatros se apresentaram mais regularmente, só se cantou de modo prescrito e, à medida que se multiplicavam as regras da imitação, a língua imitativa se enfraquecia.

Tendo o estudo da filosofia e o progresso do raciocínio aperfeiçoado a gramática, excluíram também da língua aquele tom vivo e apaixonado que a princípio a tornara tão cantante. Desde os tempos de Menálpides e de Filóxeno, os sanfonistas, que a princípio eram mantidos por poetas e só executavam sob sua direção e, por assim dizer, sob seu ditado, tornaram-se independentes e dessa libertação é que a Música se lastima tão amargamente numa comédia de Ferécrites, em trecho citado por Plutarco. Assim, a melodia, começando a não permanecer tão intimamente ligada ao discurso, insensivelmente tomou uma existência à parte e a música se tornou mais independente das palavras. Cessaram, então, também, pouco a pouco, esses prodígios que produzira quando não passava de acento e de harmonia da poesia e que lhe dava, sobre as paixões, o império que, depois, a palavra deixou de possuir sobre a razão. E, desde que a Grécia se encheu de sofistas e de filósofos, não conheceu nem mais poetas nem músicos célebres. Cultivando a arte de convencer, perdeu a de comover. O próprio Platão, enciumado de Homero e de Eurípides, difamou um e não pôde imitar o outro. (Rousseau, 1762)

Conforme a concepção de Rousseau, notamos, tal qual a concepção arqueológica, que haveria, num estágio inicial da construção simbólica, congruência entre a arte e a linguagem. À linguagem, faltava a convenção de signos que lhe permitisse comunicar, e à arte, sobrava expressividade, sendo

capaz de tocar pontos coletivos de identificação, e assim estabelecer algum tipo de comunicação. Deste modo, a linguagem apoiou-se na arte, ao menos neste estágio inicial, para dar início ao sistema de convenções de que necessita para se fazer entender.

4. BUSCA PELA FUNÇÃO DA ARTE EM RELAÇÃO AO IMAGINÁRIO COLETIVO PARTINDO DE TENTATIVAS DE SUA CONCEITUAÇÃO

Tendo visto a relação da arte com a linguagem e construção simbólica partindo de suas origens nos capítulos anteriores, propõe-se agora a análise da relação da arte com o imaginário coletivo, observando pontos de vista de diferentes autores, que buscaram explicar esta difícil, ou insolúvel questão, que seria a conceituação da arte.

Mireille Suzane, que utiliza o pseudônimo de Orlan, é uma artista performática francesa que usa o próprio corpo para radicais procedimentos de cirurgias plásticas que denomina “arte carnal”. Em uma de suas obras, ela pede ao cirurgião que suspenda a pele de seu rosto, mantendo-a consciente, enquanto ela escreve um poema que questiona o status do corpo na sociedade. Toda a performance foi filmada e transmitida ao vivo em um site da internet.

O projeto “Cloaca” é uma obra de arte um tanto escatológica. Criada pelo artista belga Wim Delvoye, trata-se de uma série de tubos interligados numa sequência de 12 metros, onde são colocadas receitas culinárias (concebidas por grandes chefs) que seguem pelo tubo recebendo uma série de aditivos químicos, resultando em algo com aspecto semelhante a fezes humanas no fim do processo. Basicamente, a obra é uma imitação do aparelho digestivo humano. O produto final é empacotado e assinado como obra de arte, pelo artista criador da máquina. Atualmente, está exposta no Museu de Arte Contemporânea de Nova York.

Estes foram exemplos do que vem sendo produzido na Arte Contemporânea. Ilustram o quão distante do senso-comum, ainda que dentro do imaginário coletivo, encontra-se a conceituação deste termo. Tal problematização é pautada em diversas áreas acadêmicas. É objeto freqüente de investigação na Psicologia – que se utiliza de inúmeros artefatos empíricos para apoiar suas teses, na Filosofia – que durante séculos busca, por meio de um dialética racional, respostas para este problema, na Neurologia, na Antropologia, etc.

É interessante notar a existência de uma dualidade sobre o caráter do objeto arte. Alguns artistas e filósofos acreditam que é um objeto universal, o qual está ao alcance de todos, enquanto outros defendem que o artista está sozinho, e que a essência da arte é um objeto inefável, pois escapa aos nossos sentidos.

4.1 Interlocução de teóricos

O poeta e filósofo Ferreira Gullar (1993) afirma que o mundo, e todas as coisas, são entendidos como um sistema de sinais. Desta forma, o homem, buscando entender sua própria existência, procura emprestar a todas as coisas uma significação, e extrair delas algum sentido.

A arte seria uma forma de tornar o mundo sustentável. Ao transformar o mundo em imagem pictórica, tornaríamos representações em objetos humanizados, afastando-nos da estranheza das coisas, ainda que não enxergando nelas um sentido racionalmente explícito. Não seria um modo de explicação, mas sim de assimilação. As artes, desta forma, não cumpririam o mesmo intuito das ciências e da filosofia, que seria o de explicar o mundo, mas estariam ligadas a uma última finalidade, que é a de tornar o mundo suportável, transformando sua estranheza em fascínio. Segundo Gullar, é um modo humano de apropriar-se do real, sendo capaz de ampliar o nosso imaginário coletivo.

Este jogo entre ficção e realidade proposto pelo entendimento de Gullar, também pode ser entendido como assunto de áreas como a psicologia e a psicanálise.

Freud, por exemplo, possuía uma intrincada relação com a arte. Considerava a obra como sendo a materialização de uma espécie de ser “duplo”, natural de cada pessoa - o artista, diante da obra, veria a si mesmo de forma estranhamente familiar. No entanto, para Freud, a arte possuía a função de fomentar ilusões, corrigindo as realidades insatisfatórias. Comparava o fazer artístico ao brincar da criança, considerando este uma fuga à responsabilidade de descobrir as realidades que estão de fato soterradas. A figura do artista seria oposta à do analista.

Atualmente, a postura de Freud é questionada pelos próprios psicanalistas. Segundo Winnicott (1963), a transcendência espaço-temporal sugerida pela arte é necessária para nosso verdadeiro acesso à realidade. Vivemos em uma dicotomia entre realidade e ficção, não sendo possível a leitura de uma sem que seja vivenciada a outra.

Desse modo, a arte é vista pela psicanálise atualmente, como uma mediação homocrônica ligada ao real, uma difusão do real no espaço privado, como uma escuta contínua, que apresenta outros regimes de visibilidade, formadores das nossas crenças e representações.

A experiência moderna em arte revelou que todas as formas têm expressividade, seja um quadro de Piero Della Francesca, seja um prego fincado numa tábua, seja uma composição de Stockhausen, seja um grito de dor. O que não quer dizer que o grito, a composição musical, o prego na tábua e o quadro Della Francesca possuam todos o mesmo índice de expressividade: a diferença reside precisamente no grau de elaboração da expressão, na complexidade, riqueza e aprofundamento da experiência. A tábua-com-prego não possui significado estético em si: adquire-o por contrapor-se à linguagem artística, mas, por isso mesmo, só o consegue se a põe numa moldura ou a colocam numa galeria ou num museu.

(Gullar, 1993)

Ao pintar um quadro, retratando uma montanha, por exemplo, o artista não transpõe a paisagem diretamente para a superfície da tela. Esse fazer, o ser motivador da ação, trata-se de uma representação da interioridade do artista. Ao pintar uma obra, o artista retrata traços do seu modo de construção do mundo. Desta forma, qualquer obra de arte é um retrato do seu artista. Obra e artista confundem-se.

(...)A pergunta pela origem da obra de arte pergunta pela proveniência de sua essência. A obra aflora, segundo a representação habitual, desde a atividade do artista e através dela. Mas através e desde onde o artista é o que ele é? Através da obra; pois, que uma obra louve o mestre, diz: a obra primeiramente deixa o artista pôr-se à frente como um mestre da arte. O artista é a origem da obra. A obra é a origem do artista. Nenhum é sem o outro. Igualmente, nenhum dos dois suporta sozinho ao outro. Artista e obra são cada qual em si e em sua mútua relação através de um terceiro, o qual é o primeiro, a saber, aquilo através e a partir do qual artista e obra de arte têm seu nome: através da arte. (HEIDEGGER, 1935)

(...)A obra está dentro e fora de nós, ela é nosso dentro ali fora. Nós estamos dentro e fora dela. É isso que faz da obra de arte um objeto especial - um ser novo que o homem acrescenta ao mundo material, não-humano, para torná-lo mais humano. Acrescentar objetos materiais ao mundo material não é função do artista. Aliás, não é função de ninguém. Os objetos que o homem produz sem esse propósito específico (estético) são máquinas, artefatos, móveis, brinquedos, enfim, coisas que encontram na utilidade sua justificação. O que não é nem expressivo nem útil talvez só se justifique como brincadeira, atividade gratuita e lúdica.

(HEIDEGGER, 1935)

Conforme os artistas despertavam a consciência de que o objeto arte vinha de sua interioridade, abriu-se espaço para a experimentação. Esta fora a principal motivação da qual emergiu o modernismo. A obra de arte perdeu a necessidade de seu mimetismo, já não precisava confundir-se com a natureza.

A arte não reproduz o visível, mas torna visível. A essência da arte gráfica conduz facilmente, e com toda razão, para a abstração. O modo esquemático e fabuloso do caráter imaginário se oferece e ao mesmo tempo é expresso com grande precisão. Quanto mais puro for o trabalho gráfico, isto é, quanto maior a ênfase sobre os elementos formais em que se baseia a apresentação gráfica, menos apropriado será o aparato para a apresentação realista das coisas visíveis. (Klee, 1987)

4.2 Objeto-Arte

Em 1911, Picasso colou sobre uma natureza morta, um selo de correio, sobre a reprodução de um envelope. Com isso, ele propôs que nem tudo que deveria haver em um quadro, deve ser “pintado” pelo artista. Este ousado passo deu início à construção do conceito de objeto-arte.

No ano seguinte, Georges Braque, pintor e escultor francês, utilizou papel de parede, com textura de madeira, para ilustrar superfícies de mesas em sua obra. Aos poucos, foi-se experimentando colagens e formas, em contraponto à idéia do quadro como sendo apenas o suporte para uma pintura, e sim, parte da obra.

Segundo Gullar (1993), essas experimentações deram origem às primeiras instalações. A saída do terreno da representação deixou nítido o aspecto da arte como sendo fruto de sua própria teorização, e o artista contemporâneo afastou-se da imagem do artesão e aproximou-se da imagem do intelectual.

O objet trouvé surrealista, uma das vertentes da arte ocidental contemporânea, tinha origem literária, na frase de “Leautreamont”: O Objeto deslocado de seu contexto habitual, revela a sua estranheza, a sua forma. É um método poético “desvelador” da realidade, nos faz ver novamente a figura apagada - conforme o famoso urinol de Duchamp.

Casimir Malevitchi, outro artista contemporâneo, também questionando a linguagem pictórica, pinta um quadrado branco sobre uma tela branca. Segundo ele, a intenção era demonstrar a “sensibilidade da ausência de objeto”. Conforme afirma Gullar (1993), a percepção é figurativa, portanto, essa ausência de experiência perceptiva, proposta pela obra de Malevitchi, seria insolúvel. É a contraposição de objeto e fundo: caso não haja pintura, o objeto percebido seria o quadro branco em contraste com o fundo da sala, tornando-se ele o objeto da pintura. Percebeu-se que o quadro não era à parte do próprio mundo, não haveria nele uma ficção de um espaço virtual para a arte, era um espaço sem transcendência, como um pedaço de tábua. Seguindo este pensamento, artistas começaram a criar obras anti-estéticas, a fim de mostrar a intranscendência que haveria nos objetos destinados a ostentar a arte - foram produzidas, por exemplo, telas queimadas ou transparentes.

Outra experiência foi a criação do Merzbau, cuja principal propriedade era não ter fim: o artista tornava a obra de arte um objeto de constante produção, sendo a ação estética de sua criação, parte da rotina do próprio artista. Kurt Schwitters, por exemplo, adicionava a suas obras objetos encontrados na rua, em seu cotidiano.

Tais movimentos estéticos e anti-estéticos são indispensáveis para o entendimento da arte contemporânea. A busca da representação não trata mais de temas externos, mas de interesses internos, ligados ao entendimento da nossa própria forma de representação e significação do mundo.

4.3 Outras Perspectivas

O crítico de arte e filósofo Arthur Danto, também teceu alguns pensamentos sobre a essência da arte, procurando encontrar uma linearidade na história desta, que segundo ele, se deu conforme desenvolvia-se a auto-consciência do pensamento, que seria a característica principal do modernismo.

Não há consenso sobre o ponto exato de surgimento do modernismo. Alguns afirmam que iniciou-se em René Descartes, outros em Kant. De fato, a característica primordial do pensamento modernista refere-se à análise do próprio pensamento, considerando que não teríamos acesso à realidade em si, mas que nossa construção do mundo seria fruto da própria estruturação de nossas mentes.

Sob este ponto de vista, Descartes procurou esboçar um mapa filosófico do universo, cuja matriz seria a estrutura do pensamento humano, trazendo nossos

aspectos cognitivos para uma auto-consciência.

Há uma analogia com a história da arte. O modernismo na arte representa o limite antes do qual os pintores dedicaram-se a representar o mundo como este se apresentava, pintando pessoas, paisagens e acontecimentos históricos como eles próprios se apresentavam ao olhar. Com o modernismo, as próprias condições de representação tornaram-se centrais, de modo que a arte de certa forma se tornou o seu próprio assunto.

(Danto, 2006)

Na opinião de Arthur Danto (2006), não trata-se de um movimento estilístico pois não estaria condicionado meramente a uma posição temporal, como o Barroco ou o Rococó. Estes teriam sido pontos da narrativa histórica que encaminharam a arte à condição de auto-consciência - a qual é característica do próprio Modernismo.

Danto tal qual Hans Belting, em seus ensaios teóricos tratam a arte ocidental como uma linha narrativa, iniciada no século XIV, época em que a terminologia “arte” começou a se propagar no consciente coletivo. Segundo estes, até então não havia propriamente a imagem do artista. Obras de arte eram objetos de rituais sagrados, e seus surgimentos eram tidos como miraculosos pela maior parte da sociedade.

Quase que ao mesmo tempo, ignorando totalmente o pensamento um do outro, o historiador de arte alemão Hans Belting e eu publicamos textos sobre o fim da arte. Nós dois havíamos chegado a uma percepção vívida de que alguma mudança histórica transcendental havia ocorrido nas condições de artes visuais, ainda que, de um ponto de vista externo, os complexos institucionais do mundo da arte- galerias, escolas de arte, periódicos, museus, o establishment da crítica, as curadorias - parecessem relativamente estáveis. Belting já havia publicado um livro surpreendente, reconstituindo a história das imagens devotas no ocidente cristão desde o final do império romano até aproximadamente o ano 1400 d.C., ao qual ele deu o extraordinário subtítulo de “A Imagem antes da Era da Arte”. Não que aquelas imagens deixasse de ser arte em um sentido amplo, mas serem arte não fazia parte de sua produção, uma vez que o conceito de arte ainda não havia surgido de fato na consciência geral, e essas imagens - ícones, realmente - desempenhavam na vida das pessoas um papel bem diferente daquele que as obras de arte vieram a ter quando o conceito finalmente emergiu e alguma coisa como considerações estéticas começaram a governar nossas relações com elas. Elas nem eram pensadas como arte no sentido elementar de terem sido produzidas por artistas - seres humanos colocando marcas em superfícies - mas eram vistas como tendo uma origem miraculosa, como a impressão da imagem de Jesus no véu de Verônica.

Teria, então, havido uma profunda descontinuidade entre as práticas artísticas antes e depois da era da arte ter se iniciado, uma vez que o conceito de artista não fazia parte da explicação das imagens devotas, mas é claro que o conceito de artista se tornou central na Renascença, a ponto de Giorgio Vasari ter escrito um grande livro sobre a vida dos artistas. Até então teriam existido apenas, quando muito, livros sobre a vida de santos diletantes.

(Danto, 2006)

Greenberg, (apud Danto 2006) teórico da arte moderna, afirma que na o modernismo teria revelado suas primeiras pinceladas, sobre as pinturas de Manet já no nascimento do impressionismo. As telas não mais procuravam disfarçar as camadas sobrepostas de tintas, porquanto a arte timidamente começava a assumir-se ao mundo, trazendo o processo de produção da pintura para o conjunto formador da própria obra, dividindo espaço com o objeto representado.

Aos poucos, a própria representação tornara-se caráter secundário, sendo necessária essa apreensão da arte para entender o surgimento da pintura não-objetiva, ou abstrata.

É importante que o conceito de modernismo, se Greenberg estiver certo, não é simplesmente o nome de um período estilístico que se inicia no último terço do século XIX, da mesma forma como o maneirismo é o nome de um período estilístico que se inicia no primeiro terço do século XVI: a pintura maneirista sucede à renascentista e é seguida pela do período barroco, por sua vez sucedido pelo rococó, que é seguido pelo neoclassicismo, que é sucedido pelo romântico. Essas foram mudanças profundas no modo como a pintura representa o mundo, mudanças - pode-se dizer - na coloração e no humor, que se desenvolvem a partir de seus predecessores e em algum grau em reação a eles, bem como em resposta a todos os tipos de força extra-artísticas na história e na vida. Minha percepção é a de que o modernismo não segue o romantismo dessa maneira, ou não meramente: ele é marcado por uma ascensão a um novo nível de consciência, que se reflete na pintura como um tipo de descontinuidade, quase como se enfatizasse que a representação mimética se tornou menos importante do que algum tipo de reflexão sobre os meios e métodos de representação. A pintura começa a parecer inadequada, ou forçada (em minha cronologia particular, Van Gogh e Gaughin foram os primeiros pintores modernistas). Com efeito, o modernismo se posiciona a certa distância da história da arte anterior, e creio que da mesma maneira que os adultos, nas palavras de São Paulo, “põem de

lado as coisas de criança”. A questão é que “moderno” não significa simplesmente “o mais recente”.

(Danto, 2006)

Danto considera que o contemporâneo é um período de desordem informativa, onde há uma condição de perfeita entropia estética. No entanto, haveria também a impecável liberdade de experimentação, visto que tudo é permitido. Com a chegada da maturidade filosófica da arte, sua visibilidade tornou-se pouco relevante para a essência da arte, tal qual sua beleza. Para ele, a obra contemporânea não necessita ser vista, e sim, olhada fixamente, sobre uma perspectiva filosófica, a fim de extrair-se seu significado.

Outro modo de compreender a essência da arte é o proposto por Anne Cauquelin (1998), filósofa e crítica de arte. Ela afirma que a busca pela natureza da arte é mais do que uma mera questão filosófica - essa busca, independente se oriunda de práticas científicas ou de manifestações populares, forma um conjunto dotado de significado que é a própria matéria-prima das obras de arte. É essa compreensão da essência da arte que se materializa nas telas, nas esculturas, nos poemas, ou em qualquer outro tipo de manifestação artística.

“E, portanto, longe de considerar que as teorias sejam ‘adendos’ que podem muito bem ser dispensados, inúteis conversas na maioria das vezes obscuras, parece que elas são, ao contrário, o meio indispensável para a vida das obras, dentro do qual a arte se desenvolve e se consoma, bem como sua respiração, fora do qual a arte simplesmente sufocaria. (Cauquelin, 1998)

A obra ‘em si’ só existiria caso estivesse situada no campo teórico construído em torno da arte. Sem essas mediações a arte não existiria, pois não haveria critérios de validade que regulassem os julgamentos que seriam tecidos a seu respeito.

Creio que seja o caso de artistas incompreendidos como o Arthur Bispo, vulgo “Bispo do Rosário“, que após passar cinco décadas em um manicômio, sobre o diagnóstico de esquizofrenia, foi recentemente consagrado como referência na arte contemporânea brasileira. Ou, para citar um caso ainda mais famoso, Vincent Van Gogh, que, tendo a vida marcada por fracassos, cometeu suicídio aos 37 anos, e anos depois veio a ser reverenciado e consagrado como pioneiro da transição entre o Impressionismo e o Modernismo.

É, nesse caso, a leitura do texto que permite ver, que torna a coisa (obra) visível; é a argumentação, a teoria que se vê sob a forma que adota, na

aparência de sua quase-invisibilidade. O texto do artista adquire um estatuto inteiramente diferente ou, mais precisamente, o traço que o unia até pouco tempo, de maneira bastante frouxa, à obra reforça-se, torna-se necessário, passa a fazer parte do dispositivo artístico. Dispositivo que tende cada vez mais a tornar a forma de um texto-objeto.

(Cauquelin, 1998)

Cauquelin (1998) propôs que analisássemos com seriedade as bases filosóficas dos próprios artistas, ainda que estas não fossem dotadas de uma argumentação completamente coerente. Neste contexto, trabalhou sob a luz do conceito de “doxa”.

Doxa é um termo grego que se refere à “crença comum” ou “opinião popular”. Tal palavra era utilizada pelos retóricos como ferramenta para formação de argumentos através de opiniões comuns.

Para a filosofia clássica, a doxa consiste no primeiro degrau do conhecimento (o mais baixo). Seria um ponto em que a teoria fracassa em ser compreendida e que entre em ação o “ouvir dizer” emitido por pura aparência. No entanto, Cauquelin argumenta que a doxa é indispensável para o funcionamento da polis, visto que esta é formada por uma diversidade de saberes e ofícios, sendo necessária uma linguagem comum, compreensível a todos - que é o que promove a possibilidade de integração cultural.

Segundo Cauquelin (1998), a doxa na verdade é um resumo de lugares-comuns. São proposições e crenças que se instauram por repetição e forjam os hábitos de pensar, de sentir. É o patrimônio recebido e retransmitido das idéias prontas sobre a vida.

Segundo a autora, a arte e o belo estariam situados sobre esta trama.

Podemos encadear muitas outras proposições de lugares-comuns da doxa sobre a questão da arte: eles vêm de toda parte, de todos os estratos que compuseram lentamente essa vulgata, e o interesse dessa composição é seu polimorfismo, sua labilidade e a maneira pela qual ela evita quase inocentemente o princípio da não-contradição.

(Cauquelin, 1998)

Sob o olhar da vertente filosófica de Platão, a doxa reteria a separação entre a arte e técnica, pois considera a técnica desprezível pelo fato de ser útil. Tal vertente justifica que a arte que compromete-se com a técnica corre o risco de mecanizar-se, tornando-se calculista. É tal tipo de abordagem que resulta na atual corrente teórica, que procura ignorar a técnica do trabalho artístico e exige a comprovação de seu valor

quanto obra de arte.

Do neoplatonismo, a doxa carrega a idéia de que a arte participa do Ser e do Um, e que seu valor seria o mesmo concedido à alma. Ao se celebrar e praticar a arte, estaria-se celebrando a Natureza e Deus. Para tal corrente, a Natureza indica o bom sentido, seria um dos principais lugares-comuns, mesmo que não consiga-se defini-la. Desta forma, independente se comprometida com a Natureza ou Deus, a arte se relacionaria com o sagrado.

Do Romantismo e da Escola de Frankfurt, a doxa reteria que a arte deve ser crítica diante dos valores do senso-comum. Deveria possuir espírito contestador de vanguarda, e esta seria a única garantia da originalidade desejada. Dessa forma, não trataria mais de natureza, mas de invenção crítica, tão longe quanto possível do real.

De Nietzsche e do Romantismo, a concepção que se tem é que o gênio é um artista insólito, acima do bem e do mal. Sua única condição é respeitar a moral comum, sob a pena de ser rejeitado.

De Schopenhauer, a arte apagaria toda a dor bem como todo desejo. Consistiria num estado de falta de peso, uma forma de suspensão longe dos barulhos da multidão. O isolamento é condição tanto da arte quanto da felicidade, mas, ainda assim, o artista deve ser capaz de comunicar-se.

Essas afirmações provenientes de diferentes vertentes filosóficas aparentemente contraditórias não atrapalhariam a doxa, pois seriam misturadas a ela, desordenadas, e posteriormente reabsorvidas pelos que buscam uma conceituação da arte. Seria um discurso sustentado por uma amálgama de teorias, carregados por diversos elementos teóricos reconhecíveis, mas que estariam a parte da erudição filosófica e do conhecimento preciso. Esta seria a insolúvel conceituação da arte.

4.4 Relação com o imaginário coletivo

Após a análise destes distintos pontos de vista, é possível verificar que a arte possui uma relação cíclica com o imaginário coletivo, sendo ao mesmo tempo criadora e criação do pensamento conjunto. Criadora, na medida em que, conforme afirmam Gullar, Heidegger ou Winnicotti, constrói vínculos diretos com a realidade - que seriam os elos da construção simbólica (em convergência com o que afirmou-se nos capítulos anteriores onde aproximou-se a arte e a linguagem em suas origens). E criação, no ponto em que, conforme afirma Cauquelin, a arte necessita estar situada no campo

teórico constituído pela doxa, para ser legitimada - caso contrário, seria vista como atividade gratuita, banal, ou insensata.

5. ORIGEM DA PUBLICIDADE

Tal qual a arte, a origem da publicidade também parece ser tão antiga quanto a do imaginário coletivo, visto que as relações de troca são tão antigas quanto a própria cultura. Segundo Malanga (1979, apud SANTOS, 2005), especula-se que a origem da publicidade tenha sido na pré-história. Antepassados, dispostos a trocar materiais com quem quer que passasse, colocavam peles de animais nas entradas de suas cavernas, de modo a comunicar o interesse em negociações comerciais.

Mais tarde, na Grécia antiga, os políticos e filósofos, considerados detentores do dom da palavra, eram empregados para fazer anúncios comerciais. Nessa época, a maior parte da publicidade era oral. Os registros gráficos só começaram a aparecer em Roma – também na antiguidade – para anunciar bens e serviços. Posteriormente, a igreja católica utilizou-se da arte como modo de propagar os ideais do cristianismo, até meado dos século XVI.

Segundo Santos (2005), a publicidade só foi se aproximar do aspecto tal qual conhecemos atualmente, após a invenção da imprensa por Gutenberg. Antes disso, os textos precisavam ser escritos um a um, por copistas, atividade monopolizada pela Igreja Católica, exercendo controle sobre as crenças dos indivíduos naquela época.

A revolução industrial impulsionou o desenvolvimento da imprensa, o que ampliou largamente a veiculação publicitária na época. No início, muitos editores relutavam em aceitar anúncios, fazendo-o somente no caso de absoluta necessidade financeira. Considerava-se que a publicidade iria denegrir a imagem dos veículos.

Em suma, o que aconteceu, então, é que a publicidade entrou nas publicações, no terceiro quarto do século XIX, como um hóspede tímido, confinado em seus aposentos, mais tolerado do que bem-vindo. Nos anos 1890, os editores descobriram que esse hóspede, além de estar pagando as próprias contas, pagava todas as despesas do estabelecimento inteiro. O hóspede tornou-se, então, um importante membro da casa – alguém com voz para dizer como a casa deveria ser administrada. (Peterson, 1979, apud SANTOS, 2005)

Deu-se também o desenvolvimento de outros veículos de publicidade, como o cartaz, que teve grande impulso, evoluindo tecnicamente e esteticamente. Em 1879, com a invenção da lâmpada, surgiram os primeiros luminosos. Os serviços postais deram origem aos catálogos de vendas, que marcaram forte presença nos EUA até as primeiras décadas do século XX. (SANTOS, 2005).

Na virada do século XX, a indústria da publicidade preocupou-se em criar um código para coibir as mensagens enganosas, a fim de zelar pela imagem de tal prática, que não atraia bons olhares na época. Seria este o precursor dos códigos de auto-regulamentação publicitária. (Boone e Kurtz, 1998, apud SANTOS, 2005).

A primeira agência publicitária no Brasil chamava-se “A Eclética”, e foi instaurada em 1914 por João Castaldi e Jocelyn Benaton. O trabalho inicialmente era basicamente agenciar e padronizar os pedidos de anúncios que eram feitos ao jornal O Estado de São Paulo.

O rádio chegara ao Brasil em 1922, sendo a Rádio Record a precursora deste processo. No entanto, somente em 1941 o sistema de rádio veio a se aperfeiçoar, com a criação do jornal falado “Reporter Esso”, produzido pela Petrobrás.

A chegada da televisão, trazida por Assis Chateaubriand em meados da década de 50, tropeçou inicialmente na falta de aparelhos receptores. Assim, ironicamente, a primeira campanha publicitária veiculada na televisão brasileira, destinava-se à venda de aparelhos televisivos.

O surgimento de novos meios de comunicação em massa (como rádio, a TV, e, posteriormente, a internet) provocou ondas de desenvolvimento na publicidade, que segue renovando-se até os dias de hoje. (SANTOS, 2005).

Conforme a publicidade se consolidou nos países industriais, conceitos da lingüística, economia, estatística, e outras áreas foram utilizados como ferramentas para tornar a atividade mais eficaz. O mesmo ocorrera com a arte, que passou a ser apropriada pela publicidade como artifício capaz de atrair atenção do público-alvo e aumentar sua efetividade. Esta relação entre a arte e a publicidade será debatida no próximo capítulo.

6. DIFERENCIAÇÃO ENTRE ARTE E PUBLICIDADE

Compreender a relação de tais áreas com o imaginário coletivo envolve a compreensão das fronteiras etimológicas.

Publicidade é um termo derivado do latim “publicus” que refere-se ao ato de tornar pública uma idéia.

Conforme afirma Solange Bigal (1999), antes de conceituar este termo, é preciso fazer a distinção entre publicidade e propaganda, que freqüentemente são usados como sinônimos. O único ponto de convergência que permitiria tal uso seria sob o sentido de “divulgação”, estando a diferença na natureza dos objetos divulgados. Enquanto a publicidade trata de produtos, marcas e serviços, a propaganda trata de idéias, não necessariamente partidárias. Neste sentido, a publicidade estaria relacionada à obtenção de lucros, à atividade mercadológica, enquanto a propaganda preocupar-se-ia com adesões ideológicas.

Sobre a conceituação de publicidade, Solange propõe quatro conclusões fundamentais:

- A publicidade é um modo de apresentar produtos ou serviços
- A publicidade objetiva despertar o desejo de consumo ou prestigiar o anunciante
- Deve ser feita abertamente, sem encobrir nomes e intenções do anunciante
- Anúncios são matéria paga.

A arte e a publicidade caminham próximas. Ambas glorificam o novo, invadem ambientes, trabalham conceitos, emocionam. No debate sobre a diferença entre ambas, a primeira divergência a aflorar-se refere-se ao objeto motivador de cada qual. Sobre este panorama, defendido principalmente entre artistas, a arte é vista como uma manifestação espontânea, uma espécie de fruto oriundo de inquietações provenientes da própria condição de ser humano - e que tem consciência de si. Já a publicidade, segundo essa visão, seria uma atividade mercadológica, que associar-se-ia à estética e tomaria a forma de arte efêmera, para buscar o lucro. Segundo esta vertente, que foi encontrado em diversos debates sobre o tema, a publicidade seria fenômeno do capitalismo, e não da natureza humana. Não teria vínculos com a origem de nossa condição.

Sobre esta linha de pensamento, pode-se questionar também o trabalho de diversos artistas plásticos, quando desenvolvidos sob encomenda. Se a remuneração por um trabalho for considerado parâmetro para retirá-lo dos catálogos de arte, devemos rever nossa concepção sobre grandes obras do passado tais como a *Monalisa*,

de Leonardo da Vinci, ou o teto da Capela Sistina, de Michelangelo - ambas produzidas por encomenda.

(...) Portanto não são salvaguardas a noção de utilidade/inutilidade do objeto ou o grau de elaboração intelectual. Afinal, o que não seria mental na construção publicitária? E que valor exato existe naquilo a que somos chamados a consumir? E mais, a própria atividade curatorial ou crítica das artes, ao indicar o que é bom, não serve exatamente ao mercado de arte, visando também ao lucro e ao consumo?

(Gehre, 2009)

No popular MoMA, Museu de Arte Moderna de Nova York, é possível encontrar expostos catálogos de moda das décadas de 70, pôsteres publicitários, e outros. O fato é que neste caso, a leitura das peças não é mais a tida na época, sob a intenção mercadológica. Ao transpor a peça ao museu, o artista obriga o expectador à aprofundar sua leitura. Revela-se a verdadeira forma. Da publicidade, que é uma atividade humana passível de julgamento popular, pode-se extrair diversas leituras do que seria a nossa cultura na época.

Em 2009, o Espaço Cultural Contemporâneo - ECCO, em Brasília, promoveu uma exposição de arte com trabalhos produzidos por publicitários, a fim de fomentar essa discussão. Os trabalhos não eram anúncios, mas visavam expor a qualidade sensível de profissionais da criação publicitária, que pretenderam mostrar sua necessidade poética da representação.

Ralph Gehre, curador da exposição, afirma:

Arte e publicidade não se confundem. Suas razões, sentido, processo e produto final têm natureza própria e destinos diferenciados. Tampouco se confundem seus agentes, assumindo papéis diversos em cada uma dessas missões, embora possam intercambiar suas performances, cumprindo, um, o papel do outro. Malevitich e Mayakovsky, fundadores da modernidade, formaram uma dupla de criação, atuando na propaganda de produtos, serviços e política em Moscou, no início do século XX. Seus trabalhos publicitários encontram lugar em museu e já puderam inclusive ser vistos pelo público brasileiro e suas pinturas e poesias ocupam lugar definitivo na história da arte, tamanha a transformação que causaram. Firam essencialmente artistas, mas foram também publicitários. Sem distinção de qualidade, e atuaram assim, de forma tão ampla, não só por força do talento. (Gehre, 2009)

A utilização da arte de Romero Britto para induzir o consumo de algumas marcas famosas no cenário mercadológico brasileiro esquentou em muito o debate. O reverenciado artista, considerado expoente da pop-art do Brasil no exterior, emprestou seu estilo à embalagens do sabão em pó Omo, à grife de moda-praia Rosa Chá, ou ainda às sandálias Dupé. É fácil entender o interesse publicitário sobre o artista. A sociedade consome imagens, e suas obras coloridas e radiantes causam uma forte sensação lúdica, que mexem com a percepção através de uma estética densa e peculiar, que atrai os olhares instintivamente. Estabelece-se uma vida de mão-dupla. A publicidade favorece-se da estética do artista, e o artista favorece-se da notável divulgação de sua arte.



Fig. 2 - Sandálias Dupé, com estampas assinadas por Romero Britto, 2010

A utilização da arte como impulsionadora de consumo faz com que a obra de arte perca o seu valor de culto e passe a ter valor de exposição, o que possibilita a criação de uma maior proximidade e tatilidade (Benjamim apud Baitello, 2005).

De fato, ao deparar-se com o panorama atual da arte, é possível constatar a real grandeza deste universo. A arte é também uma área acadêmica, um campo de conhecimento, tão profundo quanto qualquer ciência. Cérebros incessantes trabalham com exclusividade na expansão deste campo, tornando-o distante das outras áreas

acadêmicas, como é natural. Neste sentido, a publicidade apenas o toca no que cerne ao imaginário coletivo. Enquanto a arte contemporânea questiona a natureza da percepção figurativa, a publicidade, distante disso, preocupa-se com sua capacidade de persuasão, e se utiliza da arte como ferramenta para isto. Não produz, apropria-se.

(...) Vale lembrar que fazer arte é materializar uma poética usando recursos plásticos e imagéticos ao “alcance das mãos” e esse movimento, na tangível simplicidade de cada expressão, está à disposição de todos. Mesmo assim, seu produto final não pode ser confundido com nada daquilo que o mercado publicitário apregoa, uma vez que suas qualidades ali não repercutem. Entretanto, fazer arte não está entre os direitos humanos aprovados pela ONU, nem nas constituições ou mesmo nos estatutos de Thiago de Mello, o que não impediu Beuys de clamar que todo ser humano é um artista. Eu diria de forma mais simples, todos podemos fazer arte, pois é legítimo que nos expressemos, encontrando alternativas poéticas em respostas às nossas inquietudes. Uma questão diversa emerge da premência por qualidade e sentido da arte que se faz, relacionando-a pelo menos ao tempo e geografia ocupados pelo artista.

(Gehre, 2009)

(...) Então me permita sugerir: ao entrar em sala de exposição, ou folhear as páginas de um catálogo, admire primeiramente os trabalhos sem questionar a origem, a formação ou o currículo do autor. Admire-os pela maneira como relacionam nosso tempo e nossas experiências, pela forma como suscitam memórias e aludem perspectivas, pela alternativa que o artista encontrou para traduzir suas intenções. Sejam receptivos e gentis, admitindo que todos façam arte, até porque só o tempo consolida o valor inerente a cada expressão. E acredite, arte se faz em um espaço de tamanho recolhimento e se completa por uma persistência tão irracional que a grande dádiva consiste em resistir e não em conquistar.

(Gehre, 2009)

6.1 Exemplos de apropriação da arte pela publicidade

6.11 Referências diretas

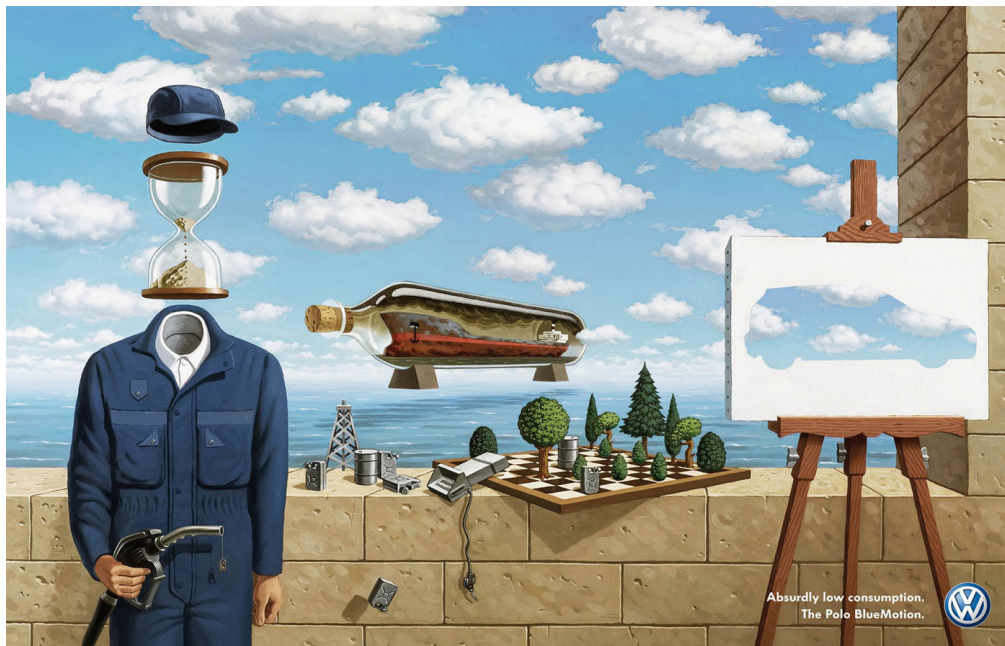


Fig. 3 – Anúncio da Volkswagen (2008), criado pela agência DDB de Berlim, com estética referente à obra de Magritte – solução criativa para ilustrar a idéia de “absurdo”, proposta pela chamada “Absurdly low consumption” (fig. 4).



Fig. 4 – Magritte, René – “Personal Values”, 1952.



Fig. 5 – Anúncio criado pela Leo Burnett, de São Paulo, faz referência ao estilo surrealista de Salvador Dali (fig. 6), para ilustrar o mundo dos investimentos de forma lúdica.

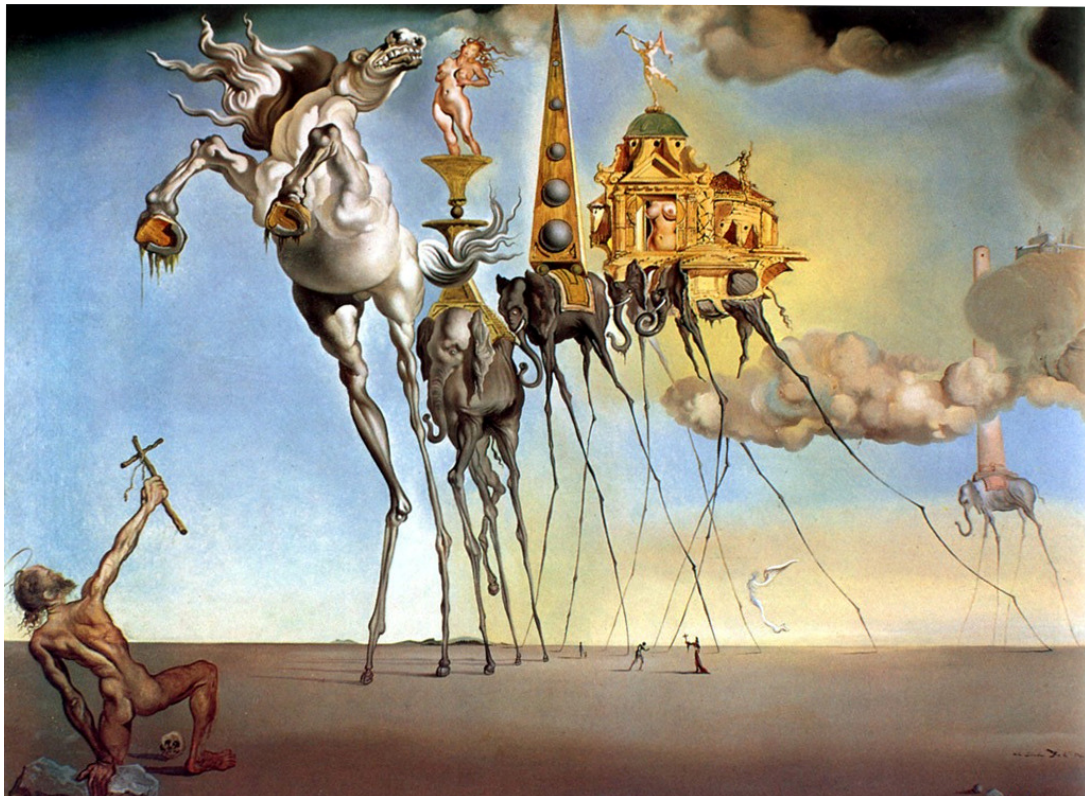


Fig.6 – Dali, Salvador - **The Temptation of Saint Anthony**, 1946.

6.12 Referências Indiretas



Fig.6 – Anúncio criado pela Publicis em São Paulo, remete à Op art para vender lentes multifocais. (2011)



Fig.7 – A colagem das tiras das havaianas sobre a pintura remete aos experimentos feitos por pintores no início do cubismo, como forma de libertar-se da característica bidimensional da pintura. – Almap BBDO – São Paulo, 2008.



Fig. 8 – A publicidade em forma de escultura. Cerca de vinte e quatro mil pêssegos foram utilizados para construir a peça utilizada na campanha da marca Ella.

Tendo em vista os exemplos citados, parece nítido que a publicidade não destina-se a leituras profundas, mas a leituras cotidianas, de uma faixa extensa da população. Em geral, principalmente nas apropriações diretas, fica claro que a publicidade não possuía a mesma preocupação de carácter revelador de verdades filosóficas conforme fora apresentado nas obras de arte originais – tais apropriações revelaram ser paráfrases ou até mesmo paródias, quando assumiram tom humorístico, dos trabalhos em que se basearam.

A publicidade possui então uma relação mais superficial com o imaginário-coletivo, tocando-o no que cerne ao senso-comum. Tal como a arte, também estabelece-se uma relação cíclica, em que a publicidade deriva deste imaginário, e também age sobre ele à medida em que propaga ideias. No entanto sua ação, de modo geral, não refere-se à revelações de cunho filosófico, não questiona a relação entre concreto e abstrato conforme a arte, mas utiliza-se do efeito estético originário das artes como ferramenta para cativar a atenção de seu público-alvo, a fim de tornar sua comunicação mais efetiva.

7. CONCLUSÃO

Sendo a filosofia, dedutível de direito, e as ciências humanas, conhecimentos construídos sob a luz do empirismo, não foram encontradas divergências entre as linhas de raciocínio buscadas nas diversas fontes bibliográficas. Tais divergências, causariam estranheza, pois o desacordo indicaria a necessidade de reavaliação acadêmica de uma das partes.

Em filosofia, com efeito, não lidamos com dados, acontecimentos ou fatos puramente exteriores que o pensamento se contentaria em encontrar, constatar, registrar, por que seria incapaz de produzi-los. O pensamento que se dedica à filosofia descobre nela um pensamento filosófico - portanto, descobre a si mesmo. O que é dado de fato é, portanto, sempre dedutível de direito. No limite, um filósofo ideal poderia reproduzir por si mesmo tudo o que já foi pensado. A exterioridade aparente remete, pois, a uma interioridade de princípio.

Disso resulta que os “conhecimentos” filosóficos não são conhecimentos ordinários que poderíamos “aprender”, sem penetrá-los e ser por eles penetrados, tal como se preenche um espírito ignorante com conteúdos puramente exteriores.

(Folscheid, 1992)

Conforme as ideias levantadas ao longo do questionamento, fui capaz de verificar que o debate entre as diferentes áreas constituiu congruência. Assim, tendo-se somado os pontos de vista, originou-se uma visão do todo mais abrangente.

De tal modo, pude ver que a arte possui a função de expansão do imaginário coletivo, através do reconhecimento e representação de novos referentes.

Gullar aproximou-se bastante da idéia do reconhecimento de novos referentes, ao descrever a arte como modo de “transformar o mundo em imagem pictórica“, “objetos humanizados” “que nos afastariam da estranheza das coisas“. Cita também que a “arte seria capaz de ampliar o nosso universo representativo”. Ponto em que crê-se ter atingido em cheio o cerne da questão.

Rousseau, ao afirmar que as línguas faladas em sua origem assemelhar-se-iam esteticamente à música conhecida hoje, também refere-se à concepção da arte como forma de gênese da linguagem. Obviamente a arte visual relacionar-se-ia com as

linguagens visuais, enquanto artes sonoras estariam ligadas às linguagens sonoras - música e fala.

Arthur Danto, sem preocupar-se com terminologia da semiótica, afirma que a arte contemporânea pode assumir qualquer modo de apresentação, desde que tenha-se um significado atribuído. Tal afirmativa também deixa espaço para a formulação da idéia de que a obra de arte trata-se da revelação de novos referentes.

Winnicotti foi ainda mais longe, quando, ao apresentar a concepção da arte sob o olhar da psicanálise, afirmou que a transcendência espaço-temporal sugerida por esta, seria necessária para o próprio acesso ao mundo concreto. De acordo com tal ideia, a arte é primordial para a própria racionalidade.

Compreender a arte como matéria-prima para a linguagem revela uma dinâmica cultural extensa, mostrando que coisas aparentemente distantes, possuem na verdade, uma relação íntima, e faz admirar a complexidade que é o mecanismo da formação de uma cultura.

Já a publicidade, ao apropriar-se de tais elementos, transforma a arte em artifício, capaz de atrair a atenção dos consumidores. Conforme afirmou Ferreira Gullar, “a arte possui o caráter de revelação”. Ou seja, a arte é o novo, o desconhecido até então. A publicidade comunica em massa. Apropria-se da arte, e amplia seu alcance, levando novos referentes ao conhecimento do imaginário coletivo – também estabelecendo uma relação de caráter cíclico com este. De tal forma, ambas situam-se tão próximas que ocasionalmente acabam confundindo-se.

8. BIBLIOGRAFIA

- ARGAN, Giulio Carlo. História da arte como história da cidade. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- ARISTÓTELES. Poética. São Paulo. Ed. Ars Poética. 1993.
- BARTHES, Roland. Elements de semiologie. Paris: Editions Du Seuil, 1953.
- BIGAL, Solange. O que é Criação Publicitária ou (O Estético na Publicidade). São Paulo: Nobel, 1999.
- CAUQUELIN, Anne. Les Théories de l'art. Paris; presses Universitaires de France, 1998.
- CHIPP, Herschel Browning. Teorias da arte moderna. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
- DANTO, Arthur C. Após o fim da arte: a arte contemporânea e os limites da história. São Paulo: Odysseus Editora, 2006.
- DONDIS, A. Donis. Sintaxe da Linguagem Visual. São Paulo: Martins Editora, 2000.
- FOLSCHEID, Dominique. Metodologia - filosófica. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- FOUCAULT, Michel. As palavras e as coisas. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- FRANÇA NETO, Oswaldo. Freud e a sublimação: arte, ciência, amor e política. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007.
- FRANCHETTO, Bruna. Origens da Linguagem. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- GEHRE, Ralph. Publicitários Fazem Arte? Brasília: Coronário, 2006.
- GULLAR, Ferreira. Argumentação Contra a Morte da Arte. Rio de Janeiro: Revan, 1999.
- HAUSER, Arnold. História Social da Arte e da Literatura. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- HEGEL, George W. F. Fenomenologia do Espírito. São Paulo: Ed. Abril, 1974.
- HEGEL, George W. F. Curso de estética: o belo na arte. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- HEIDEGGER, Martin. A origem da obra de arte. Brasil: Edições 70, 1990.
- JAKOBSON, Roman. Lingüística e comunicação. São Paulo: Editora Cultrix, 1962.
- KLEE, Paul. Sobre a arte moderna e outros ensaios. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2001.
- MITHEN, Steven. Pré-história da mente: uma busca das origens da arte, da religião e da ciência. São Paulo: Unesp, 2003.
- PROENÇA, Graça. História da Arte. São Paulo: Ed. Ática, 2002.

ROUSSEAU, Jean Jacques. Ensaio sobre a origem das línguas, 1762.

SANTOS, Gilmar. Princípios da Publicidade. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

STRICKLAND, Carol. Arte Comentada: da pré-história ao pós moderno. Rio de Janeiro: Ediouro, 1999.

WINNICOTT, D. W. (1963). The Maturation Process and the Facilitating Environment. London: Karnac Books, 1990.