

ARTE E ENDEREÇAMENTO ESTÉTICO

ART AND AESTHETIC ADDRESSING

Joaquim Braga⁽¹⁾

(1) Bolseiro da Fundação para a Ciência e a Tecnologia de Portugal (FCT). I&D IEF – Instituto de Estudos Filosóficos, Universidade de Coimbra (Portugal)

E-mail: joaquim.braga@yahoo.com

Recebido: 14/11/2016

Aceite: 05/12/2016

Publicado: 14/09/2017

RESUMO:

Um dos maiores desafios que, desde sempre, à arte se colocam, reside na reinvenção das dinâmicas dialógicas entre criador, obra e espectador. Para nos referirmos a esta relação triádica, empregamos, aqui, o conceito de “endereçamento estético”, cuja natureza teórica está ligada à ideia de objecto artístico como “proposta sensível”. Contudo, perante a multiplicidade e a diversidade das propostas sensíveis que, na contemporaneidade, sobrevêm das esferas não-artísticas – como é o caso, por exemplo, do objecto publicitário –, impõe-se questionar as novas formas de inclusão da sensibilidade no artístico e vice-versa.

Palavras chave:

arte, comunicação, endereçamento estético, percepção

ABSTRACT:

One of the biggest challenges that art have ever faced, lies in the reinvention of the dialogic dynamic between creator, work, and spectator. To refer to such triadic relationship, we use here the concept of “aesthetic addressing”, whose theoretical nature is linked to the idea of artistic object as “sensible proposal”. However, due to the multiplicity and diversity of sensible proposals that, in contemporary times, arise from non-artistic spheres – such as, for example, the advertising object –, it must be inquired the new forms of inclusion of sensibility in the artistic sphere, and vice versa.

Braga, J. (2017). Arte e endereçamento estético. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 12, setembro, 2017, 83-100. ISSN: 2182-018X

Keywords:

art, communication, aesthetic addressing, perception

1. Introdução

Muitas das dimensões estéticas elaboradas pela arte são, no plano teórico, ofuscadas pela inteligibilidade epistemológica. Uma delas – e, talvez, aquela que serve de arquétipo a todas as outras – diz respeito às relações entre obra e espectador, criação e observação. Sendo relações de endereçamento, elas coexistem, no mundo da experiência humana, com múltiplas formas de apelar aos sentidos, às emoções e à imaginação. Além de poderem ser tematizadas pela arte e, nesse aspecto, constituírem um espectro de referências sempre passível de ser contrastado com o da singularidade da obra de arte, tais formas de endereçamento extra-artísticas geram dinâmicas de pregnância na percepção dos observadores, bem como na configuração do próprio gesto artístico. Ambas não são imunes às inscrições dos vários apelos estéticos, nem tão-pouco a natureza das propostas sensíveis que através dos mesmos são realizadas.

Todavia, não é só o pressuposto da observação que é colocado em jogo pela questão do endereçamento. Ao ser amplamente considerada, com todas as suas implicações, ela convida-nos a dar resposta às novas interpelações dos objectos artísticos, particularmente ao modo como estes se julgam diferenciar das esferas da experiência quotidiana. Nesse sentido, nunca foi tão emergente a preocupação de, indo além da educação do gosto, inquirir as dinâmicas cognitivas, psíquicas e sócio-culturais que intervêm na potenciação da obra de arte enquanto objecto autónomo. Magno sinal dessa tendência pode ser já detectado na aspiração do vanguardista moderno de, com a criação da obra, gerar um microcosmos onde possam gravitar, simultânea e livremente, o eu do artista e o eu do espectador. Neste caso, o ideal da autonomia artística é ensimesmado pelas *possibilidades de projecção* psíquicas e, também, somáticas de ambos os egos, parecendo, pois, ocultar os vínculos simbólicos do endereçamento estético.

Como se verá, tanto as proposições da teoria quanto as da própria arte apresentam visões díspares e, por vezes, inconciliáveis sobre os modos de relação do espectador com os objectos artísticos. Não sendo, porém, uma tarefa definitiva, cabe trazer à reflexão o que

de mais significativo tais modos implicam, relacionando-os, desde logo, com a questão seminal da articulação da percepção com a imaginação.

2. Criação e observação

Uma grande parte das teorias estéticas centra-se, sobretudo, na análise do objecto artístico e da mente criativa que o concebe. A estes dois focos de análise se encontra, por vezes, subjugado um terceiro – o do espectador –, que aparece como aquele domínio em que são enunciadas e avaliadas as potenciais ressonâncias despoletadas pela obra de arte. No âmbito teórico de qualquer “estética da recepção”, há, quase sempre, a tendência reiterada de gerar um hiato intransponível entre a esfera da criação e a esfera da observação. Por via disso, depressa se abraça o pressuposto de que o objecto artístico é um produto cultural que, ao contrário de outros, exige nexos de recepção e interpretação distintos. A ideia de “produto” conduz, inexoravelmente, ao enleio da estética da recepção com a “estética do gosto”, perdendo-se, assim, todos os elementos estéticos que transcendem as meras dinâmicas de um “consumo” implícito.

Dado este contexto teórico, não é de estranhar que alguns autores do nosso século tenham radicalizado a separação entre criação e observação. Tal é o caso, por exemplo, de Nick Zangwill. Para o autor, a obra de arte possui uma existência independente do contexto da sua recepção – ou seja, a “arte” não pressupõe “audiência” (Zangwill, 1999). Aquilo que determina o estatuto do objecto artístico é, segundo a “explicação racional” do autor, a intenção do seu criador em produzir nele certas propriedades estéticas. A estratégia de Zangwill encontra-se, porém, assente em dois pontos falaciosos. Em primeiro lugar, o autor apresenta a questão da audiência como a *magna quaestio* das definições de arte convencionais, o mesmo é dizer, esta última é, única e exclusivamente tida como o resultado da relação entre criação e observação. Em segundo lugar, recorre o autor a vários contra-exemplos que, supostamente, comprovam a ideia de que nem todos os objectos criados são para contemplação pública. Tal é o caso, por exemplo, do esboço artístico. Admitindo que qualquer esboço pode ser apresentado como uma obra de arte, Zangwill sugere, então, que outros há que, embora sejam obras de arte, não são exibidos, nem têm uma durabilidade assegurada.

Zangwill entifica – substancializa – o objecto artístico, bem como o próprio acto criativo que está na sua base. Na verdade, assim concebido, nada distinguiria este objecto *sui generis* de qualquer outro, mas com funções empíricas, da nossa vida quotidiana. Uma cadeira e a imagem artística da mesma partilhariam, à partida, do mesmo estatuto ontológico – “sentar” no que já está lá e “ver” o que já está lá seriam, neste caso, actos equivalentes. Tanto um como o outro implicariam, apenas, uma conformidade racional do acto com as disposições inerentes ao objecto em causa. Mas – e sintetizando as várias objecções que podem ser feitas a esta concepção –, o que seria do estatuto da obra de arte, se nela não houvesse um espaço de inscrição psíquico, destinado quer ao espectador quer ao seu criador? Estaríamos, certamente, na presença de um objecto científico, através do qual nos era possível desencadear, somente, processos dedutivos com uma pregnância abstracta generalizante.

Nas suas *Vorlesungen über die Ästhetik*, Georg Wilhelm Friedrich Hegel estabelece uma série de distinções entre a arte pictural e a arte escultórica, predominantemente baseada na materialidade espacial de cada uma delas. Contudo, o factor teórico implícito que determina as distinções advém, ainda, de uma concepção estritamente figurativa das artes plásticas. O filósofo, na sua formulação do conceito de “arte romântica”, menciona o papel do espectador, mas este apenas se vislumbra como que previamente determinado pela especificidade material da superfície de inscrição de cada médium artístico. A distinção entre espaço bi-dimensional e espaço tri-dimensional é transposta para os domínios da pintura e da escultura. Ao contrário da imagem, a estátua, enquanto objecto artístico, tem uma materialidade independente da posição contemplativa do observador. Onde reside o equívoco de Hegel? Precisamente, no facto de confundir a materialidade do objecto – os *modos da sua apresentação* – com os *modos da sua apreensão*. Parece que o filósofo, ao não considerar a locomoção do observador, interpreta a apreensão da obra escultórica dentro dos mesmos parâmetros cognitivos e estéticos dos da obra pictural. A escultura, reitera Hegel, para preservar a sua autonomia material face à apreensão, deve fornecer sempre uma imagem diferente em cada ponto de observação. Assim, pode afirmar Hegel que, na arte pictural, o espectador se encontra já inscrito na própria imagem, como se as duas existências empíricas – a do médium e a do observador – formassem uma única superfície material. O argumento da bi-

dimensionalidade do espaço pictórico serve, numa primeira aproximação teórica, para refutar as teorias do mimetismo icónico. Mostra-se, porém, insuficiente e falacioso, quando aplicado aos modos de apreensão da imagem e ao estatuto cognitivo que cada médium imagético confere ao espectador. Por outro lado, a tese reiterada pelo filósofo de que os objectos representados pela imagem implicam, ao contrário dos objectos existentes, uma espacialidade artificial, desprovida das suas verdadeiras dimensões empíricas, sugere, uma vez mais, uma equiparação equívoca dos modos de representação do objecto figurado com os da sua apreensão sensível (Hegel, 1990: 26-28).

Postas de lado as teses que defendem um estatuto da obra de arte desprovido das suas dimensões dialógicas, convém realçar, contudo, que estas não são meros complementos à actividade artística, nem são, simplesmente, inscrições *a posteriori* efectuadas pelos seus observadores. A própria estrutura interna da obra, graças à autonomia pressuposta em cada gesto criador, acolhe já, de forma implícita ou explícita, múltiplas possibilidades de endereçamento. Na pintura, por exemplo, a cor não “ocupa” o espaço da tela, não está lá apenas para ser vista – ela, mais do que isso, dirige-se ao olhar, interpela-o, “irrita” a sensibilidade dos que à sua frente se colocam.

A imagem cinematográfica apropriou-se, com a sua reinvenção como médium artístico, das possibilidades de interpelação das formas de articulação estéticas, reclamando, para si, novos modos de endereçamento ainda mais intensos e sugestivos do que aqueles promovidos pelas configurações imagéticas tradicionais. Atente-se, por exemplo, à obra de Jean-Luc Godard. Muitas das suas personagens apresentam uma teatralidade auto-reflexiva, vinculando a um tempo a representação com os processos da sua observação. Antecipando-se ao espectador, colocando-se, por assim dizer, no lugar privilegiado deste, elas encarnam já a representação da representação – dispositivo iconoclástico este, aliás, que trespassa toda a arte cinematográfica godardiana. A interpenetração entre criação e observação ultrapassa, aqui, a sugestividade de um “espectador implícito”. Mais do que isso. O que, em rigor, interessa a Godard é a improbabilidade deceptiva do actor enquanto personagem, bem como as tensões estéticas que da formação desta última resultam. Logo, a antecipação dos processos de observação visa, antes de tudo, quebrar os nexos de projecção-identificação miméticos quer entre actor e personagem quer entre personagem e

espectador. Ainda a este respeito, Godard, na sua obra *Histoire(s) du Cinéma*, mostra-nos que é através da lógica interna das sequências filmicas que se pode construir a própria sequencialidade narrativa da historiografia cinematográfica, que esta deve transcender os conteúdos temáticos de cada género e assimilar as inúmeras formas como a imagem se dirige ao olhar. Não se trata, se assim se quiser, de ver na imagem apenas o facto histórico do desenvolvimento do cinema. Trata-se, antes, de mostrar como a imagem nos vê, como ela se coloca na posição do observador. Logo, a ideia de “história” aparece, aqui, ligada a essa paradoxalidade irresolúvel, cujo carácter primário acaba por deveras impor ao “historiador” a observação da observação.

3. A obra como proposta sensível

Ao contrário da máxima dadaísta de Tristan Tzara, segundo a qual “o artista fala para si próprio” (Tzara, 1987: 17), já nos processos poéticos da execução da obra de arte há o aparecimento de um “outro eu” – um *alter* –, que se coloca na posição de observador e, dessa maneira, é capaz de confrontar o *ego* do criador com as dinâmicas do seu próprio gesto. É, também, nesse sentido, que se pode ler a célebre máxima de Arthur Rimbaud, expressa numa carta a Paul Demeny – *Je est un autre*. Na arte pictural, o auto-retrato transporta, vivamente, essa relação artística arquetípica entre *ego* e *alter*, que, por um lado, se ilustra bem as formas de endereçamento estético despoletadas pela obra, por outro, como no caso das auto-representações de Van Gogh, confere a cada acto criativo uma tensão latente, um diferendo entre identidade e alteridade.

Nem todas as obras de arte, porém, se endereçam à percepção como *propostas sensíveis* explícitas. Considere-se, por exemplo, os objectos da “conceptual art”, cujo programa estético pretende evidenciar um primado da fórmula sobre a forma, do *conceptum* sobre o *perceptum*. No entanto, apesar desta subordinação, os seus principais autores sempre admitiram que a constituição das dimensões sensíveis do médium artístico teria, forçosamente, de ser encarada como uma das primeiras tarefas em cada acto criativo. Sem descurar tais programas estéticos, interessa agora perguntar o que se entende por “proposta sensível”?

Trata-se, sobretudo, de um conceito que aponta para um *duplo endereçamento* artístico, que visa a um tempo convocar a sensibilidade dos observadores para a recriação da obra e, através

deste acto, reconfigurar esteticamente a própria apreensão sensível da realidade. É claro que, devido à extensão hétero-referencial deste duplo endereçamento, há um registo propedêutico que liga a arte aos ideais educativos modernos, como se verifica, por exemplo, em Friedrich Schiller (Schiller, 2009). Ambas as dimensões, porém, não devem ser confundidas com o pressuposto de uma comunidade específica à qual a obra de arte se dirige. Visar um público-alvo e proceder à inscrição dos seus traços culturais na própria configuração dos objectos estéticos são métodos adoptados pela indústria do entretenimento. Para evitar tal pressuposto, é válida a máxima seguinte: a obra de arte dirige-se a todos, mas a ninguém em particular.

O facto de uma pintura poder ser vista, um poema poder ser lido ou uma composição musical poder ser ouvida, não constitui nem garante, *per se*, as dinâmicas do endereçamento estético. Da “visibilidade” do objecto não redundam, necessariamente, os elementos que são propostos à sensibilidade do observador. A “árvore do jardim” e a “árvore da tela”, quando analisadas sob o ponto de vista estético-artístico, ultrapassam os limites do conceito de “representação”. Roger de Piles, ao tecer um primado da visualidade pictórica sobre os motivos icónicos, estava plenamente consciente desse facto, nomeadamente quando escreve:

“l’œil ne doit pas tant aller chercher le Tableau, comme le Tableau doit attirer l’œil & le forcer, pour ainsi dire à le regarder. Puisqu’il est fait pour les yeux, il doit plaire à tout le monde, aux uns plus, aux autres moins, selon la connoissance de ceux qui le voyent. Ainsi ce n’est pas assez pour établir la beauté d’un Tableau que les Connoisseurs s’en approchent à tout hazard, afin de voir s’ils y trouveront quelque chose qui les satisfasse” (Piles, 1677: 80-81).

Contudo, Roger de Piles intenta atribuir à pintura a função de gerar nos espectadores um efeito homogéneo, típico das artes do palco palacianas. Tal função obriga o autor a recorrer ao termo “machine”, que define a forma como em certas superfícies picturais “les pièces doivent estre l’une pour l’autre, & ne produire toutes ensemble qu’un mesme effet; que si vous les regardez separément, vous n’y trouverez que la main de l’Ouvrier, lequel a mis tout son esprit dans leur accord & dans la justesse de leur assemblage” (Piles, 1677: 297). Ainda segundo o autor, o efeito do “todo” gera, no espectador,

Braga, J. (2017). Arte e endereçamento estético. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 12, setembro, 2017, 83-100. ISSN: 2182-018X

um estado psíquico de “entusiasmo”, que, embora não sendo equiparável àquele que é sentido pelo pintor – uma vez que não tem acesso à composição das partes e aos detalhes pictóricos que estas irradiam –, se afigura como o principal veículo expressivo da eficácia imagética, da afirmação do médium perante o espectador (Piles, 1767: 107).

Ainda que imerso nas ideias de entretenimento e dos laços simbióticos do gosto, este desencontro entre a intencionalidade e a receptividade artísticas alude já à questão da prodigalidade cognitiva da obra de arte. A arte é, em rigor, a forma simbólica que tem o *poder excêntrico* de gerar mais possibilidades de sentido do que aquelas que, verdadeiramente são actualizadas. Este facto tanto se verifica na recepção quanto na produção da obra de arte. A consciência deste poder excêntrico faz, muitas vezes, com que os próprios artistas tentem ultrapassar o hiato entre criação e actualização. Jackson Pollock é, a este respeito, um dos melhores exemplos da tentativa de eliminar os processos de selecção da criação artística e, com isso, afirmar a manualidade “incontrolável” do gesto. Porque um índice de indeterminação elevado pode conduzir a uma perda da individualidade de qualquer objecto, o artista vê-se confrontado com a necessidade de fazer com que o poder excêntrico da arte não exerça uma subtracção total das dimensões sensíveis dos objectos criados.

As possibilidades geradas, mas não actualizadas, contribuem para a constituição da experiência estética, na medida em que sustentam a abertura da obra aos processos de formação de sentido. A obra de arte permanece “aberta”, se quisermos usar a terminologia de Umberto Eco, ou seja, paradoxalmente, determinada e indeterminada. E é, devido a essa abertura, que, na linguagem deleuzeana, “os girassóis de Van Gogh são devires, como os cardos de Durer ou as mimosas de Bonnard” (Deleuze; Guattari, 1992: 155). Por outro lado, o “efeito de indeterminação” do inactualizado confere ao objecto artístico a tal aura virtual, de que nos fala Susanne Langer, e que faz dele um fenómeno autónomo, singular, indivisível (Langer, 1953: 188). Há fenómenos sensíveis que revelam um elevado grau de indeterminabilidade, parecendo impedir qualquer tipo de fixação de sentido, qualquer processo de selecção e diferenciação de possibilidades. É óbvio que a apreensão estética de um objecto começa por trazer em si a marca de indiferenciação entre a percepção e as qualidades sensíveis desse mesmo objecto. Por mais que deste

se façam interpretações, se atribuam significados estilísticos, as suas possibilidades de sentido mantêm-se abertas, a ponto, como habitualmente acontece, de vermos nele sempre novas dimensões sensíveis, novas significações artísticas. Em virtude disto, poder-se-á dizer que a arte inverte os processos de formação de sentido convencionais – ou seja, *indetermina o determinado*.

Tal inversão espelha-se, antes de tudo, na auto-referencialidade do objecto artístico. Mas, para que esta se concretize e a experiência estética atinja um nível não-convencional, terá de haver, também, uma diferente dinâmica modal do binómio “actual-virtual”. O facto assaz complexo de o sentido do objecto artístico não poder ser abstraído da sua própria materialidade, mas antes intuído a partir desta, coloca-nos perante um novo nível de *semiosis*. Logo, “indeterminar o determinado” significa, neste caso, que a esfera artística é capaz de gerar uma espécie de fusão paradoxal entre as possibilidades actualizadas e as possibilidades inactualizadas, como se, na própria obra de arte, não pudesse haver lugar para a distinção entre actual e virtual. Mas, para tal acontecer, ter-se-á de pressupor uma circularidade recursiva aposta aos dois domínios modais. O mesmo é dizer, as possibilidades excluídas (virtualizadas) não são a mera “sombra virtual” das possibilidades incluídas (actualizadas), mas antes contribuem para a criação da atmosfera da obra de arte, algo que – embora indefinido, porque indeterminado –, sustenta a sua singularidade estética.

Logo, tomando em consideração todos estes aspectos, não será exagerado deduzir que os objectos artísticos apresentam, em geral, um maior índice de realidade do que os objectos da nossa percepção quotidiana; a articulação estética *sui generis* do actual com o virtual intensifica, por assim dizer, os efeitos do real. Embora privilegiando a arte pictural, sobre isso já conjecturava Eugene Delacroix, como se pode ler num excerto do seu *Diário*:

“When I have painted a fine picture I have not given expression to a thought! That is what they say. What fools people are! They would strip painting of all its advantages. A writer has to say almost everything in order to make himself understood, but in painting it is as if some mysterious bridge were set up between the spirit of the persons in the picture and the beholder. The beholder sees figures, the external appearance of nature, but inwardly he meditates; the true thinking that is common to all men. Some give substance to it in

Braga, J. (2017). *Arte e endereçamento estético*. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 12, setembro, 2017, 83-100. ISSN: 2182-018X

writing, but in so doing they lose the subtle essence. Hence, grosser minds are more easily moved by writers than by painters or musicians. The art of the painter is all the nearer to man's heart because it seems to be more material. In painting, as in external nature, proper justice is done to what is finite and to what is infinite, in other words, to what the soul finds inwardly moving in objects that are known through the senses alone" (Delacroix, 1995: 6-7).

Contudo, é mister perguntar qual é a natureza de tal "índice de realidade", que, no caso de Delacroix, se expressa mais na pintura do que em qualquer outra arte. (Como o mundo sensorial nunca se encontra desprovido de revestimentos sócio-culturais, a materialidade do objecto artístico é, também, incapaz de engendrar *todas* as condições necessárias para a existência de endereçamentos estéticos. Devemos aos movimentos vanguardistas da arte moderna o incremento expressivo dos elementos materiais na própria dinâmica das formas artísticas – o que contribuiu, cabalmente, para a objectivação da ideia de obra enquanto proposta sensível –, bem como a formação de uma consciência alargada sobre as interpenetrações sensoriais envolvidas na constituição da materialidade do médium artístico.) Na arte, há, em geral, um *êxtase do sensível*. O objecto deixa de ser um mero fragmento da nossa sensibilidade. Ganha, pelo contrário, uma dimensão total, como se fosse uma realidade dentro da realidade, irreduzível a qualquer subtracção simbólica. O latente torna-se, em certo sentido, manifesto, uma vez que, durante os processos perceptivos, se desenvolve uma reentrada sensível, puramente estética, do latente no manifesto.

Sem a criação, dentro da obra de arte, dos espaços de latência do virtual – aqueles que, na verdade, sustentam a abertura dos seus processos de formação de sentido –, não haverá, igualmente, individuação e diferenciação das propostas sensíveis endereçadas. O sensível, neste caso concreto, transcende a sua morfologia expressiva, situando-se, antes de tudo, já na própria constituição do médium artístico.

4. Endereçamento e sobre-endereçamento estéticos

Um facto assaz representativo das ideias tradicionais de endereçamento – e que pode ser deduzido das considerações de Roger Piles – prende-se com a inclusão de uma realidade extra-imagética contrastiva. A visão sobre a recepção da imagem artística

Braga, J. (2017). Arte e endereçamento estético. DEDICA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 12, setembro, 2017, 83-100. ISSN: 2182-018X

encontra-se alicerçada – tal como o ilusionismo mimético – numa psicologia da percepção que parte das supostas disposições naturais do psiquismo humano. A imagem, neste caso, deve ultrapassar os limites da percepção dos objectos quotidianos e, através da variedade das suas formas sensíveis, atrair a atenção do espectador. Logo, a percepção ainda não é confrontada com os efeitos da medialidade, mas, antes, com as suas causas naturais. Em larga medida, o que é referenciado diz respeito, apenas, ao modo como os seres observam os fenómenos da natureza. Nesse sentido, o aparecimento da paisagem como motivo icónico vem objectivar a um tempo quer a correspondência entre percepção e natureza quer a sublimação do médium imagético através do objecto representado.

Poder-se-á dizer que um dos maiores desafios que à arte contemporânea se colocam tem que ver com a reinvenção do duplo endereçamento presente em cada proposta sensível. Ou, dito de outro modo, como “irritar” a sensibilidade do observador contemporâneo para a especificidade do objecto artístico e levar à inscrição da experiência deste último nas formas de articulação das vivências quotidianas?

O observador contemporâneo vê-se confrontado com vários endereçamentos que têm por base a sua própria sensibilidade. Não é, única e exclusivamente, a arte a principal criadora de *objectos para a percepção*. Nesse sentido, e tendo sempre em conta os efeitos da disseminação tecnológica, pode-se com razão afirmar que, nos nossos dias, os objectos para a percepção – como aqueles gerados pelos dispositivos publicitários – tendem a ocupar o espaço ontológico dos *objectos da percepção*. Há, na contemporaneidade, um registo transbordante de endereçamentos, e daí ser legítimo utilizar, aqui, neste contexto teórico, a expressão “sobre-endereçamento estético”, para classificar o incremento de tais ofertas cognitivas. No que a este último fenómeno diz respeito, a dinâmica do endereçamento tende, ao contrário da arte, a ser invertida: o objecto criado aparece, quase sempre, como que completo, concretizado, absoluto, restando à percepção apenas a tarefa de o projectar nas vivências quotidianas do observador. Este é, em rigor, um dos efeitos mais relevantes dos dispositivos publicitários.

Os objectos da *pop art* podem ser compreendidos como a expressão cabal deste sobre-endereçamento estético a que se encontra votado o observador contemporâneo. Das telas e dos enxertos artísticos de Andy Warhol advém um princípio configurador

que, em vez de transcender a pregnância das propostas sensíveis quotidianas, dela parte e através dela se tenta inscrever como legítimo princípio artístico. Ora, devido a esse princípio, o artista entrega-se à tarefa da sua própria reinvenção como “máquina”, tal como pretendia Warhol, retratando em si a aura da imagem fracturada pelas técnicas de reprodução. O estatuto maquinal da imagem, associado, por Roger de Piles, à eficácia configuradora da obra de arte, inscreve-se, agora, no perfil do seu criador.

Tudo leva a crer que o fenómeno do sobre-endereçamento conduz, irremediavelmente, a um enfraquecimento operativo dos mecanismos de atenção dos observadores. A percepção humana encontra-se sujeita ao *tempo de selecção* das informações sensíveis, por muito que estas se refiram a objectos e a eventos amplamente inteligíveis. Um dos efeitos mais imediatos do sobre-endereçamento incide sobre as operações de selecção, nomeadamente nas suas estruturas temporais, a ponto de as funções perceptivas serem reduzidas às do mero reconhecimento superficial dos objectos. (Roy Lichenstein, consciente dos efeitos da industrialização da percepção, além de retratar as fracturações do sensível, intenta, com as suas figurações sugeridas pela “banda desenhada”, proceder à sua restauração, criar uma unidade configuradora que transporte o mundo da sensibilidade para uma forma absoluta, dada, única e exclusivamente, pela imagem. O desiderato unificador da *pop art* é, uma vez mais, trespassado pelos velhos desígnios terapêuticos da arte.) O dispositivo imagético publicitário alimenta-se, sobremaneira, de tal redução, recorrendo, para isso, muitas vezes, à aceleração do tempo sequencial entre as imagens. Esvai-se a sequencialidade, ao mesmo tempo que aumenta a sobreposição das imagens – ou, analisando o principal efeito que daí resulta, tudo permanece “ligado” à imagem-marca do produto publicitado.

5. Imaginação e preenchimento sensorial

Roger de Piles concebe a “repetição” como um mecanismo que afecta a atenção dos espectadores. Por isso, segundo o autor, cabe ao pintor configurar a imagem dentro de um espectro de elementos sensíveis, únicos e variados. No entanto, o gesto “negligente” do pintor é uma fonte necessária para gerar atenção. Logo, a obra pictural deve apresentar dimensões indefinidas e incompletas, numa palavra, *elípticas*:

“Les Ouvrages les plus finis, reprint Pamphile, ne sont pas toujours les plus agreables; & les Tableaux artistement touchez font le mesme effet qu’un discours, où les choses n’estant pas expliquées avec toutes leurs circonstances, en laissent juger le Lecteur, qui se fait *un plaisir d’imaginer tout ce que l’Auteur avoit dans l’esprit*. Les minuties dans le discours affaiblissent une pensée & en ostent tout le feu; & les Tableaux où l’on a apporté une extrême exactitude à finir toutes choses, tombent souvent dans la froideur & dans la secheresse. Le beau fini demande de la negligence en bien des endroits, & non pas une exacte recherche dans toutes les parties. Il ne faut pas que tout paroisse dans les Tableaux, mais que tout y soit sans y estre” (Piles, 1677: 69-70).

A justificação do carácter elíptico da obra de arte – tal como o do discurso que permite a inclusão activa dos interlocutores – é-nos, aqui, facultada pelo papel preponderante da imaginação na articulação da experiência estética. Nesse sentido, na arte, são múltiplas as correlações efectivas entre as operações da percepção e as da imaginação. Cabe a esta última, antes de tudo, preencher a sensorialidade lacunar despertada pelo objecto artístico, uma vez que este raramente envolve todas as nossas modalidades sensoriais de forma explícita. Assim se torna possível, por exemplo, acrescentar ao fluxo dos dados visuais dinâmicas sonoras ou, até mesmo, tácteis.

O *poder evocativo* da imaginação depende, assim, da inexistência de um completo preenchimento sensorial, de um *vacuum sensorial*. Que tal condição seja, na contemporaneidade, posta em causa e, simultaneamente, suplantada pelo desígnio da “multimodalidade”, parecem ser factos irrefutáveis. No caso do último, as obras cinematográficas já há muito que reclamam a ideia de presentificar todas as informações sensíveis transportadas pelas personagens, pelas cenas e pelos cenários. À custa dos novos dispositivos tecnológicos, pode o cinema ultrapassar o “silêncio” sugestivo da imagem e acrescentar-lhe a totalidade sensorial que o corpo do espectador inspira. Porém, esta expansão que o cinema tende, cada vez mais, a empreender, já se encontra inscrita na própria lógica imersiva da imagem publicitária. A estética publicitária tende a superar a sensorialidade lacunar, na medida em que confere aos seus objectos um amplo espectro sensorial, equivalente, em muitos casos, ao dos “objectos da percepção”. Logo, o papel da imaginação é deslocado para a esfera da posse, por parte do observador, do

próprio objecto em causa. Para preencher os hiatos sensoriais, o dispositivo publicitário serve-se da congruência simbólica entre médiuns distintos. Aquilo que, neste contexto teórico, designamos de “medialidade convergente” pode ser incutido pela eficácia da palavra em animar o que na imagem se encontra implícito. Por exemplo, a representação icónica de um produto é acompanhada pela descrição das suas propriedades olfactivas. O problema que aqui se coloca reside, evidentemente, na diminuição do papel activo da imaginação na articulação das propostas sensíveis. Da esfera do sensível para a esfera da significação, do domínio da sensação para o domínio da ficção – tal é a transição funcional aplicada à imaginação.

Com efeito, na contemporaneidade, as formas de endereçamento implicam a consideração teórica das ideias de “medialidade divergente” e “medialidade convergente”. A primeira pressupõe a convocação de vários médiuns distintos para a configuração de um objecto simbólico, sem que com isso, porém, se esbatam as dimensões materiais das suas superfícies de inscrição e a natureza singular das informações sensíveis que através delas se desenvolvem. Tal é o pressuposto estético presente, por exemplo, nas parcerias artísticas de Merce Cunningham, John Cage e Robert Rauschenberg – dança, música e pintura, respectivamente, incluídas, de forma autónoma, na elaboração de eventos performativos. A justificação para essa autonomia é dada pelo próprio Cunningham, nos seguintes termos: “The three arts don’t come from a single idea which the dance demonstrates, the music supports and the decor illustrates, but rather they are three separate elements each central to itself” (Cunningham, 1985: 137). Inversamente, a medialidade convergente gera dinâmicas simbólicas entre médiuns distintos que tendem a anular as suas diferenças – como sucede, por exemplo, nas plataformas digitais. Tendo, como principal arquétipo, o *Gesamtkunstwerk* de Richard Wagner, ela desenvolve-se não só através de uma única superfície de inscrição, como também em ambientes multimodais suportados por vários dispositivos de mediação. A regra deixa, pois, de ser dada unilateralmente pelas disposições materiais dos médiuns envolvidos e provém, antes de tudo, da forma como as modalidades sensoriais são integradas e articuladas. Ambas as formas de medialidade desencadeiam, potencialmente, diferentes nexos de endereçamento.

Ora, é através das dinâmicas estéticas que estas duas formas possibilitam que se tem balizado a discussão em torno das novas

relações entre arte e espectador. A deslocação do objecto artístico do espaço de produção para o espaço de exibição passou, nos nossos dias, a ser uma temática de ordem estética. Como atrair a atenção do espectador para a percepção da obra? Como fazer face aos inúmeros endereçamentos suscitados pelas imagens não-artísticas? Como, por último, “reanimar” a existência individual da imagem artística? Estas três questões podem ser concebidas como uma síntese das preocupações e motivações estético-artísticas de Alfredo Jaar. Segundo o artista, que se move dentro do espectro da medialidade divergente, “we are confronted today to too many images, and too fast, in the so-called information highway, a media landscape filled with thousands of images, all fighting to get our attention, and most of them asking us to consume, consume, consume. So the question is, how can an image of pain, lost in a sea of consumption, affect us?” (Jaar, 2012: 668). Uma resposta cabal a esta questão exige, nas palavras de Jaar, uma reformulação do contexto de aparição da imagem: “I believe it is imperative to slow down, to contextualize and to frame properly each image so it makes sense, so it cannot be dismissed. And that is what I have tried to do within the context of my installations” (Ibidem).

Com o aparecimento de novos recursos tecnológicos, a medialidade convergente parece ganhar, sobremaneira, um primado estrutural sobre as formas de mediação com um registo individuante. Vários são os artistas e os teóricos da arte que profetizam uma reinvenção das dinâmicas entre criação e observação, bem como uma superação das supostas insuficiências estruturais inerentes aos médiums tradicionais. Myron Krueger, por exemplo, vê nos chamados *responsive environments* a possibilidade assaz viável de conferir ao médium artístico um dispositivo de controlo da atenção do espectador. Para o artista, a arte pré-digital “has often been a one-shot, hit-or-miss proposition. A painting could accept any attention paid it, but could do little to maintain interest once it had started to wane. In an environment the loss of attention can be sensed as a person walks away. The medium can try to regain attention and upon failure, try again” (Krueger, 2012: 564-565). Acreditando nas potencialidades interactivas dos *responsive environments* e querendo estendê-las ao contexto educativo, propõe Krueger a sua inclusão nos processos de aprendizagem.

Mas, perante este suposto novo poder do médium, o que distingue os *responsive environments* de Krueger da *imagem-máquina* de Roger de Piles e do *artista-máquina* de Andy Warhol?

A pretensa “solução” de Krueger, para o problema do enfraquecimento dos mecanismos de atenção, não toma, todavia, em linha de conta os efeitos tecnológicos que os *responsive environments* exercem sobre a percepção. A capacidade de reacção do médium apela, primeira e simultaneamente, à capacidade de reacção do observador. Ora, a questão fundamental reside, precisamente, aí, na equiparação equívoca dos mecanismos de atenção à capacidade de reacção. Por si só, dificilmente esta última se eleva a uma articulação estética. Por outro lado, a medialidade convergente, ao subtrair os efeitos do *vacuum sensorial* das próprias apetências evocativas da imaginação, gera como que um hiato entre o percebido e o imaginado; facto este – assim se pode especular – que acaba por se reflectir nas dinâmicas dos mecanismos de atenção.

6. Conclusão

O endereçamento estético artístico torna visível o liame estrutural do *perceptum* com o *fictum*, bem como as formas que, fora das esferas da arte, o diminuem e suprimem. Sendo fruto de uma relação frágil, meticulosamente trabalhada por aquilo a que se convencionou chamar de “sensibilidade artística”, está sujeita à pregnância social e cultural das actividades cognitivas humanas. Antes de a poder transcender e transformar, a arte vive já dentro dessa pregnância, da mesma maneira que o artista inscreve e antecipa no seu gesto um “olhar de espectador”. Ambas as dimensões coexistem na questão do endereçamento. Não se ajustando à ideia de *tabula rasa*, a experiência estético-artística depende, em muito, do seu carácter disruptivo, da forma como se autonomiza face aos meios e estruturas da apreensão da realidade. A simples importação desses meios, por parte da arte, sem qualquer intervenção criativa, sem o registo do criado, apenas reproduz o conforto identitário do sujeito perante o objecto. A sede de preenchimento que caracteriza a sociedade contemporânea – bem presente nos novos dispositivos de comunicação tecnológicos – parece ter gerado um primado inabalável da percepção sobre a imaginação. Exemplo dessa tendência é a disseminação das técnicas de imersão digital. A sua mera aplicação nas várias formas artísticas, porém, não elimina a questão do

envolvimento do espectador com a obra, nem tão-pouco o modo como essa relação requer nexos individuantes entre a imaginação e a percepção.

Referências

Cunningham, M. (1985). *The Dancer and the Dance*. M. Cunningham in conversation with Jacqueline Lesschaeve. New York, London: Marion Boyars.

Delacroix, E. (1995). In: *The Journal of Eugene Delacroix*, Edited by Hubert Wellington, Transl. by Lucy Norton. London: Phaidon Press, Third Edition.

Deleuze, G., Guattari, F. (1992). *O que é a Filosofia?*, Tradução de Margarida Barahona e António Guerreiro. Lisboa: Editorial Presença.

Hegel, G. W. F. (1990). *Vorlesungen über die Ästhetik III*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 2. Auflage.

Jaar, A. (2012). "Conversation with Anne-Marie Ninacs". In: *Theories and Documents of Contemporary Art. A Sourcebook of Artists' Writings*, Edited by Kristine Stiles and Peter Selz (Second Edition). Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, pp. 667-669.

Langer, S. (1953). *Feeling and Form*. New York: Scribner's Sons.

Piles, R. de (1677). *Conversations sur la connoissance de la peinture, et sur le jugement qu'on doit faire des tableaux*. Paris: Nicolas Langlois.

Piles, R. de (1767). *Cours de peinture par principes*. Amsterdam et Leipzig: Arkstée & Merkus.

Krueger, M. (2012). "Responsive Environments". In: *Theories and Documents of Contemporary Art. A Sourcebook of Artists' Writings*, Edited by Kristine Stiles and Peter Selz (Second Edition). Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, pp. 556-567.

Schiller, F. (2009). *Über die ästhetische Erziehung des Menschen* (1795), Kommentar von Stefan Matuschek. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Tzara, T. (1987). *Sete Manifestos Dada* (Tradução de José Miranda Justo). Lisboa: Hiena Editora.

Zangwill, N. (1999). Art and Audience. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, Vol. 57, No. 3 (Summer) pp. 315-332.

Para saber mais sobre o autor...

Joaquim Braga

ID. ORCID: 0000-0003-3516-661X

Braga, J. (2017). *Arte e endereçamento estético*. DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, N.º 12, setembro, 2017, 83-100. ISSN: 2182-018X