



Considerações Gerais Sobre a Posição Social do Pensamento Artístico e Algumas Reflexões Sobre a Prática da Linguagem Visual em Seu Rudimento, como Diferencial num Curso de Propaganda e Marketing¹

Wilson Roberto da Silva²

Universidade Presbiteriana Mackenzie – Centro de Comunicação e Letras (CCL)

Resumo

Este artigo procura destacar alguns laços que ligam a linguagem visual ao pensamento artístico, a partir do desenvolvimento da posição social do artista com base em três períodos chave - Grécia Clássica, Renascimento e Modernismo - porque foram períodos da civilização ocidental, formados por sociedades produtoras de objetos visuais em condições de intensa transformação dos meios de concepção ou processamento da imagem. Partindo desta base, inicia-se a reflexão a respeito presença da linguagem visual nos meios de comunicação de massa e do elo de ligação entre o pensamento artístico e a publicidade. O objetivo final é mostrar que as disciplinas que exercitam sintaxe visual através de meios rudimentares, como o desenho, podem se constituir num diferencial importante na formação do futuro profissional de propaganda e marketing, na medida em que desenvolvem e refinam as habilidades cognitivas e motoras, essenciais nas operações mediadas pela tecnologia.

Palavras chave

Pensamento artístico; rudimento; linguagem visual; tecnologia digital; imagem.

Introdução

Propaganda e marketing são ramos de atuação em publicidade que dependem em larga medida da linguagem visual, exceto o “spot” de rádio, todos os outros produtos finais resultantes do fluxo de trabalho publicitário são apresentados visualmente, por este motivo, a construção do conhecimento em comunicação implica na compreensão das regras elementares que regem a linguagem visual.

No entanto, não é o objetivo deste artigo determinar quais seriam estas regras, até porque as bibliografias a este respeito são abundantes e ainda úteis e por meu turno, só haveria razão em fazê-lo, se a necessidade de reforma ou acréscimo dos postulados básicos da linguagem visual, fossem mais prementes do que o declínio no ensino superior de propaganda e marketing, do conteúdo das disciplinas que exercitam

¹ Trabalho apresentado no GT – Teorias da Comunicação do Inovcom, evento componente do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

² Mestre em Artes Visuais pela Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita – Unesp-SP. Vencedor do Galo de Ouro de Gramado 2007 na categoria Design Editorial com um álbum gravado e impresso manualmente, por ocasião da 3ª Mostra de Design e Artes Gráficas da América Latina. Vencedor do I Salão de Arte do Consulado da Holanda em Salvador-BA. E-mail: wilsonroberto@mackenzie.com.br.



linguagem visual em seus rudimentos, em razão do desenvolvimento tecnológico no processamento e manipulação da imagem.

Os instrumentos que permitem a prática da linguagem visual são os mais variados e abrangem desde aqueles tecnologicamente mais avançados, como a computação gráfica e a fotografia, até os mais rudimentares como o desenho, a modelagem a colagem e seus respectivos instrumentais básicos, como lápis, caneta, barro e assim por diante.

Não é demais salientar que o foco deste artigo, bem como o título dele deixa explícito, não são os instrumentos tecnologicamente aperfeiçoados, isto decorre da constatação de que embora a ferramenta tecnológica seja extremamente eficaz e englobe os saberes rudimentares da linguagem visual, eles de modo algum são de fácil acesso à maioria dos discentes e ademais, uma compreensão mais elaborada do instrumental tecnológico passa inevitavelmente pela compreensão dos rudimentos da construção da imagem.

De acordo com Ricqlès (1996: 109-110),

Entre as numerosas técnicas de representação da forma, as técnicas gráficas desde sempre utilizadas, desde Lascaux e até mesmo antes, são extraordinariamente eficazes. Gostaria de insistir um pouco sobre essa eficácia do desenho, porque é uma técnica às vezes menosprezada pelos alunos de biologia, e acredito que não devam fazer isso. Por que freqüentemente lhes pedimos para representar, por meio do desenho, estruturas, principalmente estruturas anatômicas ou microscópicas, se seria tão simples fazer uma foto? Ora, existe entre o cérebro, o olho e a mão uma série de conexões funcionais e aprender uma forma através do desenho, ser capaz de analisá-la através do desenho e explicá-la pelo desenho, é fazer muito mais do que aquilo que é feito por uma câmera fotográfica, é tornar compreensível e isso implica em ter compreendido.³

A citação anterior foi proferida por um profissional de biologia, que atua numa área dispare em relação à propaganda ou marketing, mas exemplifica não só a resistência das novas gerações em compreender a importância do desenho para o desenvolvimento das possibilidades cognitivas seja qual for o ramo do conhecimento, em função do aparato tecnológico disponível atualmente, bem como corrobora com o ponto de vista adotado ao longo deste artigo, segundo o qual todas as práticas e mecanismos de representação do visível, são não só complementares como insubstituíveis, independentemente do nível de atualização tecnológica de seu instrumental.

Deste modo, a parte introdutória do artigo se encerra ao mesmo tempo em que distingue a situação problema a ser abordada, qual seja: O declínio das disciplinas que iniciam os

³ Armand de Ricqlès é professor do Laboratório de Anatomia Comparada da Universidade Paris-VII



discentes em linguagem visual em cursos de propaganda e marketing que utilizam instrumental rudimentar, em razão da crescente evolução tecnológica dos meios e do princípio de progresso linear e destruição criativa.

Considerações gerais sobre a posição social do pensamento artístico em três períodos da história.

A expressão pensamento artístico é recente e a despeito dos esforços para a comprovação de sua pertinência, ainda é pequena a porção do conhecimento que o reconhece, entretanto e apesar da fragilidade acadêmica do termo, não há razões para qualquer constrangimento, na medida em que, alguns termos só se ampliam ou ganham consistência ao longo do tempo.

Um exemplo claro da assertiva anterior são os termos arte ou artista, mesmo os gregos não tinham uma palavra para designar “arte” ou “artista”, no sentido como conhecemos hoje, em que (OSBORN, 1968:83) destaca que [...] *antes da era da produção pela máquina, manufatura era sinônimo de indústria de oficina* [...], portanto os termos em questão quando usado em referência ao período grego clássico, tem como único objetivo estabelecer uma linha de pensamento e não se referir ao termo como hoje conhecemos.

Talvez fosse mais simples, ter usado a expressão posição social do artista ao invés de pensamento artístico, porém dois motivos determinaram a escolha, o primeiro foi regido pela constatação de que habilidade manual, como fator distintivo da categoria profissional dita artística, sempre foi bastante diversificada e o outro, adveio da ínfima parte de artistas que ocuparam posição social elevada, porque souberam conduzir e adaptar o pensamento artístico e suas práticas às condições de mercado e de oportunidades do seu tempo, revelando também um senso apurado para o marketing.

A partir disso, podemos considerar que todo utensílio artesanal - sapato, jarro, pintura, escultura e etc - produzido pelos artistas gregos constituíam, traços da influência de uma prática artística, movidas e alimentadas por uma forma de pensamento, que adapta, incorpora e transmuta procedimentos anteriores.

O período grego não foi um acontecimento que se deu de uma hora para outra, dados contidos em GOMBRICH (1980) informam que ele abrangeu dos séc. VII a.C. ao séc. I d.C., procedendo às conquistas da civilização egípcia na utilização de materiais como o barro e sua modelagem, as pedras e seu cinzelamento, além da elaboração de suportes,



tintas e corantes e tudo mais que permitisse a viabilização do utilitário e do ornamento do objeto de uso social.

Entretanto, a principal conquista visual da civilização grega em relação à civilização que a antecedeu (Egito), foi à elaboração de uma iconografia capaz de romper com a lei da frontalidade elaborada pelos egípcios, e em contraponto a esta, baseou-se no desenvolvimento de materiais e métodos de transmutação da matéria bruta, em modelos que simulassem cada vez mais e com maior precisão o mundo natural, consolidando o conceito de mimese.

O conceito de mimese não pode ser transposto do período grego ao nosso e de outro idioma ao português com simplicidade, nenhuma das bibliografias consultadas definem com precisão o significado do conceito, mas a título de informação e síntese, mimese seria: uma representação tão próxima ao natural, que a farsa se tornava óbvia.

Esta síntese tem base em Republica X, 385 *apud* FALABELLA (1987),

A arte, remetendo ao sensível, é sombra da sombra, reflexo do reflexo, imitação, mais imperfeita ainda do que já é imitação. A Arte por seu caráter imitativo está afastada do mundo das idéias e o “artista” nada sabe do verdadeiro ser, estando sua obra afastada três vezes do real.

Esta capacidade de imitar a natureza colaborava com os requisitos de diferenciação, preconizada pela estratégia política de conquistas das classes dominantes da Grécia, pois rivalizava a criação humana com a divina, oportunidade sem igual para que muitos artistas se vangloriassem desta condição e colocassem suas habilidades a disposição destas classes e seus fins, gerando um misto de admiração e aversão social ao reflexo do pensamento artístico.

Este regozijo pela farsa somada à hierarquia da divisão social grega, que descia de posição social, todo cidadão nascido livre que executasse qualquer espécie de trabalho manual “*mais ou menos como descia da sua o gentleman que, nos tempos vitorianos se dedicasse ao comércio*” como observou (OSBORN, 1968: 39-40), desqualificava a atividade artística como forma de reflexão e ação social.

Como já enunciado anteriormente, a proximidade de alguns artistas com as classes dominantes como foram os casos de amizade entre Lísipo e Alexandre O Grande, ou de Praxiteles com o estadista Péricles, não elevaram a posição social do pensamento



artístico e nem evitaram a propagação de preceitos jocosos em relação à soberba desta classe fabril ao rivalizar-se com a natureza.

Os períodos subseqüentes não resultaram em significativas alterações na posição social do pensamento artístico, exceto na Renascença, quando paradoxalmente, houve um retorno aos padrões de representação clássicos após um hiato que perdurou da queda do Império Romano até a Idade Média.

O diferencial da Renascença em relação ao período clássico foi justamente, a elevação da condição social do pensamento artístico que passou a ganhar contornos de ação mediada pelo intelecto, em oposição ao pensamento escolástico medieval, cujo fim era fazê-la não só participar das formas de conhecimento, mas também permitir a sistematização e propagação da sintaxe visual como fonte de um saber e desenvolvimento intelectual, conforme DA VINCI (1964: 56).

Se tu me dizes que a visão não permite aplicar-se às cogitações mentais sutilíssimas, capazes de penetrar nas ciências divinas, que tal inconveniente teria sido a causa que chegara um filósofo ao privar-se dos olhos, senhora dos sentidos, faz seu ofício opondo-se às obras da confusão e do embuste, que distantes da ciência, são meras divagações em que se discute aos berros e com alvoroço. O tal filósofo deveria ter-se privado da audição, já que tamanho era o seu desejo em chegar a um estado, onde todos os sentidos se misturam.⁴

Leonardo da Vinci foi um dos principais representantes do período renascentista e defensor feroz das possibilidades cognitivas do pensamento artístico, ele estava imbuído do objetivo de desarmar um arcabouço interpretativo dominante na Idade Média, extremamente hostil à pintura e à representação da natureza por decorrência. Seus argumentos estavam dispostos demonstrar, sob a perspectiva de sua ação na pintura, a respeito da relação entre os assuntos em debate naquela época e a nova *epistème* que surgia.

Esta nova *epistème* não estava somente relacionada com o retorno e ampliação do legado da representação naturalista greco-romana, mas antes, a evocação do passado assumia o sentido de condição sem a qual, não seria possível lançar-se em direção a um

⁴ Si tú me dices que la vision no permite aplicar las cogitaciones mentales, sutilissimas, que penetram en las ciencias divinas, que tal inconveniente fue la causa de llegar a un filósofo a privarse de la vista, señora de los sentidos, hace su oficio oponendose a las concisiones confusas y embusteras, que lejos de ser ciencia, son meras divagaciones en las que se discute a grandes voces e com grandes espavientos. Deberia el tal filósofo haberse privado del sentido del oído, ya que tanto deseaba llegar a un estado en donde todos los sentidos se mezclaran.



futuro inteiramente novo, a partir de onde seria inserida a noção de progresso e demonstração.(GOMBRICH,1990), cujo fim era permitir ao artista exercer seu ofício, não apenas em função da existência de sua obra em si, mas também para demonstrar quais seriam as respostas para a solução de determinados problemas do período em questão.

È importante sublinhar que a idéia de progresso fascinava todo jovem artista da Renascença, a possibilidade de participar ativamente da elaboração e *demonstração* de um conjunto de normas que iriam basear a ação dos artistas do futuro, abria uma nova perspectiva de ação social jamais experimentada pelo pensamento artístico, como é possível notar neste trecho escrito por ALBERTI (1999: 58),

[...] O vértice, isto é, a ponta da pirâmide, está dentro do olho, onde está o ângulo das quantidades. Até aqui falamos dos raios extrínsecos pelos quais se concebe a pirâmide. Parece-me demonstrados quais são as diferenças existentes entre o olho e o que se vê.[...]

Nesta citação encurtada para destacar a palavra demonstração que permeia todo texto, o artista se esforçava para explicar com fidedignidade, o funcionamento da visão e a representação de profundidade por consequência, baseando seu argumento na construção de uma pirâmide, entretanto, em vários momentos o autor procura se desvincular das especificidades do matemático, do geômetra ou do filósofo, embora use parte destes conhecimentos para falar como artista e para artistas, com o intuito de distinguir as especificidades e sistematizar a representação lançando bases verificáveis para a linguagem visual.

No entanto, representar o mundo circundante com precisão, mostrou-se ao longo dos séculos posteriores insuficiente e os desmembramentos do progresso científico, do qual as artes visuais era uma propulsora e entusiasta, acabaria por solapar a representação naturalista, na medida em que a fotografia era no mínimo tão fiel e mais veloz do que o mais bem preparado e minucioso artista no desempenho do ofício de representar.

È importante ressaltar neste momento, que embora este artigo destaque apenas três períodos da história, entre cada um deles houve movimentos que os intermediaram e embora não tenham sido abordados, não é possível negar a importância de cada um na composição do pensamento visual e no desfecho dos períodos subsequentes, esta ressalva está sendo feita aqui, porque ao adentrarmos no séc. XX, não será tratado de



nenhum movimento em particular, mas tão somente, um panorama geral como ocorrera nos parágrafos anteriores.

No século XX, na medida em que pululavam movimentos artísticos e pontos de vista tão díspares e às vezes até excludentes entre si, relacionados às novas funções e aplicações do pensamento artístico, uma nova divisão social do trabalho entrava em vigor, trazendo práticas e denominações novas, isto é, o artista passa a ser “plástico”, cujo fim era induzir a um deslocamento do foco de pesquisa partindo do modo de representação naturalista, para as diferentes possibilidades e pontos de vista de transmutação das formas no campo visual.

Os principais motores de mudança do período moderno em relação aos que lhe antecederam foram, o rompimento com a visão linear de progresso baseada na representação naturalista e introdução da idéia de destruição criativa, decorrência não só do esgotamento do modelo como também do desenvolvimento técnico do processamento fotográfico da imagem, assentado nos avanços da especulação científica.

Aliás, a quebra da linearidade representava a própria idéia de progresso, na medida em que com a falência do modelo, revistar a iconografia medieval desprezada pelo renascimento, ou mesmo trazer para o primeiro plano do quadro ou da obra elementos que subjaziam na representação naturalista, consistiam numa *demonstração* equivalente ao ímpeto revolucionário dos artistas da Renascença, de acordo com GOMBRICH (1990), “*Mesmo os produtos mais disparatados do Dadaísmo derivam qualquer significado que possam ter do gesto de desafio ao mundo em geral, isto é, de sua referência à idéia de Arte da qual escarnece*”.

Então, tornou-se necessário não só a formação de profissionais capazes de operar uma máquina reprodutora de imagem ou projetá-la em conformidade com as limitações mecânicas, mas também um corpo de profissionais e disciplinas capazes de preparar a futura mão de obra para a nova iconografia social, decorrente dos avanços da ciência, cuja síntese visual é refletida pela produção dos artistas modernos.

Para este fim, surgiu uma série de novas disciplinas e campos de atuação profissional dedicados exclusivamente à produção do objeto visual sob a égide da produção industrial, como foram os casos do desenho industrial e da publicidade, que até então não existiam autonomamente, pois estavam inseridas no rol dos campos de atuação artística ou do artesanato e dela extraíam sua prática.



Um caso emblemático do movimento em direção à formação de profissionais adaptados à produção pela máquina foi a Escola Bauhaus, extraindo de um padrão de formação artística as bases para as práticas profissionais vigentes até bem pouco tempo, em razão do ímpeto do projeto modernista, conforme reflexão de HARVEY (1989: 27-28),

Nessa nova concepção do projeto modernista, artistas, escritores, arquitetos, compositores, poetas, pensadores e filósofos tinham uma posição bem especial. Se o “eterno imutável” não podia mais ser automaticamente pressuposto, o artista moderno tinha um papel criativo a desempenhar na definição da essência da humanidade. Se a “destruição criativa” era uma condição essencial da modernidade, talvez coubesse ao artista como indivíduo uma função heróica (mesmo que as conseqüências pudessem ser trágicas).

Na Bauhaus, alguns artistas plásticos foram designados como professores, para elaborar o conteúdo acumulado nos períodos anteriores sobre linguagem visual, levando em consideração a sintetização da forma como uma necessidade primordial para a produção industrial do objeto e para isto, transpuseram algumas disciplinas do pensamento artístico, dentre as quais desenho, gravura, composição e modelagem dentre outras.

Foi a partir de sua estrutura didática, sobretudo nos ciclos de Weimer (1919 -1924) e de Dessau (1925-1931), que permitiram a montagem dos cursos de desenho industrial e de publicidade e a formação de profissionais capazes de produzir objetos visuais em escala industrial, utilizando preceitos da produção oriundas do universo artístico.

Baseado no relato de DROSTE (1924), os estudos dirigidos à publicidade na Bauhaus tiveram início somente no ciclo de Dessau, mais precisamente em 1928, como uma evolução do departamento de Tipografia, do qual Herbert Bayer tornou-se chefe em substituição ao artista gravador Lyonel Fininnger, porém só em 1930 foi instituída a primeira aula sistematizada de Publicidade sob a coordenação do calígrafo Joost Schimdt estruturando seu curso com base no desenho e só a partir de 1932, já em Berlim, o curso de publicidade ganha aulas de fotografia.

Tudo que foi escrito aqui até então, procurou delinear num resumo bem amplo a trajetória da linguagem visual inserido-a no seio do pensamento artístico, deste momento em diante, inicia-se a reflexão a respeito do posicionamento atual da linguagem visual na comunicação de massa e a publicidade, como uma das derivações do pensamento artístico.



Não é possível desconsiderar atualmente, o espaço que as imagens ocupam na estratégia de comunicação das mais diversas corporações, seja sob a forma de identidade corporativa, publicidade institucional ou pela veiculação de publicidade propriamente dita.

Estas imagens repletas de beleza, tratamentos e de sentidos, veiculadas em profusão pelos meios de comunicação de massas, aliadas a equipamentos capazes de captá-las (câmeras fotográficas digitais e scanners) e reproduzi-las (monitores e impressoras), induzem à percepção do neófito ou do leigo, que seu manuseio é algo simples e que não requer - por conta da tecnologia e como reflexo de nosso tempo - qualquer preparo prévio para sua organização e uso.

Do mesmo modo como a água, o gás e a eletricidade chegam até nossas casas, vindos de longe para satisfazer as nossas necessidades de seguir o princípio do mínimo esforço, assim também seremos supridos de imagens visuais ou atividades que vão aparecer e desaparecer a um simples movimento de mão. (VALÉRY *apud* HARVEY, 1993: 311)

Todos que estão envolvidos de alguma forma com os entremeios que compõem a publicidade sabem, da quantidade colossal de conhecimentos envolvidos na produção da imagem publicitária, que só chega ao receptor de forma tão límpida e aparentemente fácil, graças ao poder de compreensão e síntese de todos os profissionais participantes da cadeia produtiva.

O gosto pessoal do cliente, daquele que aprova ou do criador de uma campanha ou peça publicitária é tão somente uma variável que interage com o panorama do grupo social ao qual ela é destinada, bem como com as tradições de ação no mercado publicitário e esta última variável passa a ser abordada de forma um pouco mais pormenorizada.

Até pouco mais de quinze anos atrás, a habilidade manual estava inserida como uma das tradições de ação no mercado publicitário, sob a forma de lay-outs compostos de imagens e letras produzidas em sua grande maioria manualmente, as ilustrações idem e a arte final também, embora o procedimento fotográfico já estivesse presente, e talvez ficasse extenso demais se enumerássemos todas as ações que requeriam habilidade manual.

È bem verdade que em todos os tempos da história, instrumentos, materiais e mecanismos tecnologicamente mais avançados, tiveram como finalidade principal



prolongar e otimizar a ação humana mediada e com isto, substituir práticas mais dispendiosas e morosas.

Atualmente, algumas fases do processo ainda requerem em alguma medida a habilidade manual que podem ser distinguidas na ação do ilustrador, às vezes num “rough” elaborado pelo diretor de arte, ou no “storyboard”, mas de modo geral ela sempre será inserida ou codificada para o ambiente digital.

É possível afirmar que a mais aparente das vantagens deste novo meio é, como relata FRANCASTEL(1965), que ele dispensa *“uma parte das escolhas e das adaptações que o homem fixava pelo critério de sua experiência”*, tudo pode ser calculado e ajustado automaticamente.

Esta característica do meio digital como traço emblemático de nosso tempo, fez crescer uma massa de admiradores dos recursos provenientes da tecnologia, na mesma medida em que fez crescer a aversão a todo e qualquer estudo que demande algum exercício de escolha não automática como é o desenho, apesar da linguagem visual ter sido desenvolvida com base nele e ainda de acordo com FRANCASTEL (1965: 79),

Todo mundo aprende a ler e todo mundo aprende a raciocinar mais ou menos sobre fatos materiais ou sobre algarismos. Um número muito menor de pessoas se exprime, pelo menos no estado atual da sociedade com traços e com sons. Mas isto não significa que os traços e os sons não sejam signos tão capazes quanto as letras e que as palavras de comunicar.

Se somente uma minoria se comunica preferencialmente por traços, ou poderíamos dizer imagens e que tem afinidade de compreender e lidar com elementos da sintaxe visual para se comunicar, parece ser lógica a necessidade de iniciação da maioria das pessoas que de alguma forma lidam com linguagem visual.

Então, não parece ser sensato abdicar de um modo de conceber e solucionar a imagem simplesmente pelo aspecto rudimentar de seu instrumental ou em nome de uma espécie de destruição criatividade, uma vez que, esta massa de admiradores da tecnologia possui pouca ou nenhuma intimidade com os elementos da linguagem visual, e por isso podem ter seu universo visual ampliado, na medida em que assimilam parte dos conhecimentos angariados ao longo dos séculos anteriores, cujo fim foi construir uma sintaxe capaz de abranger todo aquele que, desejasse se articular visualmente.



As disciplinas teóricas como história da arte, de uma certa maneira já procuram iniciar o aluno de graduação em propaganda em marketing nos princípios da linguagem visual, entretanto uma iniciação não se dá somente no campo da ação teórica, tendo em vista que o exercício de linguagem requer um desmembramento prático, admitir o contrário pode significar não só que o aprendizado de uma determinada língua prescinde de exercício de construção de frases e da redação de textos, cujo fim é a sedimentação das regras básicas que constituem um determinado idioma, ou então, que linguagem visual simplesmente inexistente.

As ferramentas neste caso pouco importam, porque um bom exercício de redação independe dele ter sido digitado ou escrito a mão, do mesmo modo que um bom exercício de linguagem visual independe dele ter sido produzido num computador ou manualmente.

Não se trata de afirmar que, o homem deva remontar todo o aprendizado oriundo de períodos precedentes para poder exercer na plenitude suas potencialidades criativas, ou pior ainda, desejar transformar cada profissional de publicidade - esteja ele ligado direta ou indiretamente à produção da imagem - num artista em potencial, isto seria tolice, mas antes, estabelecer elos que permitam o fluxo de informação entre os tempos (passado e presente) e os integrantes da cadeia produtiva, independentemente do seu posicionamento mais acima ou abaixo, além de permitir soluções visualmente mais ricas.

Um percentual de clientes, agências de publicidade e escritórios na pessoa dos profissionais que conduzem ou produzem as imagens publicitárias, o fazem com uma incontestável consciência visual, entretanto existe uma massa não pequena de profissionais, que dispensam uma atenção tão ínfima a determinados preceitos visuais e embora a situação venha melhorando progressivamente em razão da abertura de mercado e da conseqüente concorrência com o potencial de sedução da imagem externa, é importante assegurar que a formação do futuro profissional leve em conta o investimento em capital humano como uma questão estratégica e não somente em mecanismos que sem dúvida alguma agilizam a produção publicitária.

Atualmente mais do que em qualquer outro tempo, o profissional de negócios, neste caso específico o marketing, necessita interagir com as mais diversas áreas do conhecimento, dentre elas a área de percepção visual, na medida em que falhas ao longo



do gerenciamento do processo, podem desencadear resultados imprevisíveis e até comprometedores e como forma de minimizar distorções SERAGINI (2007: 55) sugere,

[...] para o design ficar melhor tem que aprender administração, ou ‘business’, e o profissional de ‘business’ tem que aprender design. A somatória da habilidade criativa, identificação do problema e soluções, que são a grande contribuição do designer, aliada a estratégia de negócios está formando o profissional do futuro.

A opinião acima representa a experiência de um químico industrial que no início de sua atuação profissional conviveu com marketing a partir da onde travou seus primeiros contatos com questões relativas à estética da embalagem, a saber “*impressões, formas e cores*”, ou seja, elementos básicos da sintaxe visual e perfeitamente transferível como conhecimento, através dos rudimentos de linguagem.

Se pelo lado prático os recursos de linguagem visual rudimentares passaram a não mais responder às necessidades do mercado publicitário, por outro lado, eles ainda podem contribuir sobremaneira para a iniciação na sintaxe visual, principalmente quando aliada às disciplinas introdutórias aos softwares de tratamento de imagem, de desenho vetorial, de montagem de página e na linguagem ‘motion pictures’ (cinema) via ‘storyboard’.

Os defensores mais entusiasmados da adoção incondicional da tecnologia poderiam perguntar por qual motivo o instrumento digital não poderia iniciar imediatamente nos elementos básicos da linguagem visual, sem os recursos de sintaxe em seu rudimento?

Se esta for uma tendência futura não há razão para se objetar quanto à ferramenta, entretanto somos um país com sérios problemas de alfabetização e ensino básico, além disso, minha experiência didática como docente universitário ainda não realizou o cenário no qual, a maioria dos discentes tivesse habilidades naturais com os softwares específicos de desenho, com o manuseio do mouse ou da caneta digital para este fim específico.

Desenhar com qualquer instrumento em qualquer suporte requer uma coordenação motora relativamente sofisticada, além da necessidade de compreensão de elementos básicos de linguagem visual como dimensão, campo, composição, hierarquia visual dentre outros e sobretudo, de como inserir uma imagem num plano bidimensional, e não somente a dispô-las de modo meramente intuitivo e aleatório.

Outro fator determinante é o vínculo existente entre o olhar para a mão e o suporte simultaneamente enquanto se desenha, alimentado desde a mais tenra idade com os



desenhos de infância, no instrumento digital esta ordem é rompida, a mão age segundo um comando cerebral movido pela resposta da ação visível na tela, ou seja, o olho vê no monitor aquilo que a mão está desenhando e não simultaneamente como no desenho rudimentar.

Além dos fatores acima e para concluir a hipótese deste artigo, a publicidade é de algum modo herdeira de uma parte do pensamento artístico que se desmembrou em diversas atividades, organizadas pela divisão social do trabalho respectiva a cada um dos períodos do tempo.

A destruição criativa tão cultivada no século XX e que abrangeu todos os ramos de ação, vem arrefecendo paulatinamente na medida em que cresce a sensação da necessidade de preservação, porque vivemos num período em que tudo aquilo que sobreviveu à fúria deste poder destrutivo – recursos naturais, patrimônios culturais, artísticos e arquitetônicos – ganham hoje um valor especial.

Optar por um modelo destrutivo é não só contrariar uma nova ordem mundial, como também a repetição de um modelo e é aí que os mecanismos rudimentares de produção de imagem se enquadram no panorama atual do ensino de publicidade, já que ela, segundo o ponto de vista adotado por este artigo, é gestora de uma das ramificações do pensamento artístico, da qual o cultivo da habilidade manual foi e ainda é um dos mananciais de desenvolvimento perceptivo e criativo.

Bibliografia

ALBERTI, L.B. *Da pintura*. Tradução Antonio da Silveira Mendonça. 2ª ed. Campinas. Ed. Unicamp, 1999.

AZEVEDO, Wilton. *Criografia: Pintura tradicional e seu potencial programático*. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica. São Paulo.

CONNOR, Steven. *"Cultura Pós Moderna"*. Trad. Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves, 3ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 1993.

DA VINCI, L. *Tratado da Pintura*. Tradução Manuel Abril. Madri: Aguilar, S.A de Ediciones, 1964.

DE RICLÉ'S, A. A ciência das Formas. In: Noel, E. (org.). *A evolução das Formas*. 1ª ed. Campinas: Papyrus, 1996.

DOMINGUES, D. (Org.) *A Arte no Século XXI . A Arte no Século XXI: A Humanização das Tecnologias*. São Paulo: Fundação da Editora da Unesp, 1997.



- DROSTE, M. *Bauhaus*. Berlin: Bauhaus-Archiv Museum für Gestaltung, 1924.
- FALABELLA, M.L. *História da Arte e Estética, da mimese à abstração*. Rio de Janeiro: Elo editora, 1987. p. 8-40.
- FRANCASTEL, P. *A Realidade Figurativa*. Tradução Mary Amazonas Leite de Barros. 2ª ed. São Paulo: Ed Perspectiva, 1965.
- GOMBRICH, E.H. *A norma e a forma*. Tradução Jefferson Luiz Vieira. 1ª ed. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora, 1990.
- GOMBRICH, E.H. *História da Arte*. Tradução Álvaro Cabral. São Paulo: Cultrix Editora, 1980.
- HARVEY, D. *A condição Pós Moderna. Uma pesquisa sobre as Origens da Mudança Cultural*. Tradução Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Edições Loyola, 1993.
- LAURENTIZ, P. *Holarquia do Pensamento Artístico*. Campinas: Editora Unicamp, 1991.
- OSBORN, H. *Estética e Teoria da Arte*. Tradução Otávio Mendes Cajado. São Paulo: Editora Cultrix, 1968.
- SERAGINI, L. Lincoln Seragini. Um empresário do design. *Publish*. São Paulo, ano 15, n. 93. p.70-74, nov.-dez.