




Daniela Remião de Macedo
(Organizadora)

ARTE E CULTURA

Investigações e experimentos

 **Atena**
Editora
Ano 2022



Daniela Remião de Macedo
(Organizadora)

ARTE E CULTURA

Investigações e experimentos

 **Atena**
Editora
Ano 2022

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena

Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena

Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Linguística, Letras e Artes**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins

Prof. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais

Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará

Profª Drª Edna Alencar da Silva Rivera – Instituto Federal de São Paulo

Profª Drª Fernanda Tonelli – Instituto Federal de São Paulo,

Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná

Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará

Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste

Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

Arte e cultura: investigações e experimentos

Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Maiara Ferreira
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizadora: Daniela Remião de Macedo

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)	
A786	<p>Arte e cultura: investigações e experimentos / Organizadora Daniela Remião de Macedo. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-65-258-0702-7 DOI: https://doi.org/10.22533/at.ed.027222211</p> <p>1. Artes. 2. Cultura. I. Macedo, Daniela Remião de (Organizadora). II. Título.</p> <p style="text-align: right;">CDD 700</p>
Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código Penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

O livro “Arte e cultura: Investigações e experimentos” reúne produções científicas que promovem interessantes reflexões e relações entre arte e cultura, apresentando 7 capítulos com artigos de pesquisadores atuantes em instituições nacionais e internacionais.

Tatiana Lameiro-González busca revelar como a troca de trabalhos entre o Japão e o Ocidente promoveu algumas mudanças profundas na forma como as mensagens são materializadas e comunicadas por meio de imagens, e analisa estes fluxos a partir de exemplos da pintura, do design gráfico e da publicidade, a fim de entender como eles afetam os diferentes contextos e a cultura popular.

Daniela Remião de Macedo reflete sobre o lugar da mulher na história da fotografia, a partir de sua criação artística com referência nas pioneiras, trazendo informações e recentes descobertas, e evidenciando que as investigações dedicadas a desvendar a atuação feminina na área permitem com que as mulheres assumam seus papéis de protagonistas nesta história.

Denise Azevedo Duarte Guimarães traz um estudo da poesia multimídia que demonstra a continuidade a um projeto da visualidade em busca do movimento, com um salto efetuado das páginas para as telas e a incorporação das tecnologias digitais ao trabalho poético, indagando de que forma o poema em novos suportes pode ainda ser entendido como obra estética composta de palavras que se organizam de um modo particular, com suas leis específicas e modos de codificação, de acordo com as consagradas teorias sobre o texto poético.

Laura Tinoco de Paula Ramos traz o relato dos benefícios proporcionados pela Musicoterapia a pessoas em processo de envelhecimento, através de oficinas de atividades lúdicas, com estratégias e recursos para estimulação das áreas cognitiva e motora, a partir da memória afetivo-musical.

Lauci Bortoluci Quintana aborda a biblioteca universitária de artes e sua relação com a sustentabilidade cultural, tratando da coleção bibliográfica do Museu de Arte Contemporânea de São Paulo, e como os recursos informacionais podem ser relacionados entre si, proporcionando novas interpretações e estudos.

Entendendo a educação a partir de uma perspectiva inclusiva, que valoriza e respeita as diferenças, e representa a igualdade social, *Marcelo Máximo Purificação* e *Elisângela Maura Catarino* buscam entender as intencionalidades, possibilidades e desafios relacionados à formação de professores e a dimensão do currículo, dialogando com as diferenças, por meio de estudo qualitativo bibliográfico e documental.

Mariana Vallareto Nery faz a análise dos desafios e estratégias para a modernização das marcas através dos instrumentos de cultura e consumo.








Assim, este livro contribui para a formação de novos conhecimentos a

alunos, professores, pesquisadores e a todos que se interessem por diferentes abordagens no universo das humanidades.

Propomos aos leitores uma agradável imersão nas investigações e experimentos aqui apresentados que resulte em proveitosas reflexões, tendo a arte e a cultura como fio condutor.

Boa leitura!

Daniela Remião de Macedo

CAPÍTULO 1	1
INTERCULTURAL CROSSROADS. VISUAL COMMUNICATION IN JAPANISM: ART, DESIGN AND ADVERTISING	
Tatiana Lameiro-González	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0272222111	
CAPÍTULO 2	16
PAISAGEM FOTOGRÁFICA FEMININA: REVENDO ARQUIVOS E O LUGAR DA MULHER NA HISTÓRIA DA FOTOGRAFIA	
Daniela Remião de Macedo	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0272222112	
CAPÍTULO 3	33
A 'FESTA' INTERSEMIÓTICA: POESIA EM MOVIMENTO NAS TELAS	
Denise Azevedo Duarte Guimarães	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0272222113	
CAPÍTULO 4	47
MUSICOTERAPIA E ENVELHECIMENTO ATIVO: RELATO DE UMA EXPERIÊNCIA	
Laura Tinoco de Paula Ramos	
Marcia Cirigliano	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0272222114	
CAPÍTULO 5	58
RECURSOS INFORMACIONAIS EM ARTES: ACERVO BIBLIOGRÁFICO UNIVERSITÁRIO E SUSTENTABILIDADE CULTURAL	
Lauci Bortoluci Quintana	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0272222115	
CAPÍTULO 6	67
PROCESSOS EDUCATIVOS: A FORMAÇÃO DE PROFESSORES E AS DIMENSÕES DO CURRÍCULO DIALOGANDO COM AS DIFERENÇAS	
Marcelo Máximo Purificação	
Elisângela Maura Catarino	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0272222116	
CAPÍTULO 7	73
OS INSTRUMENTOS DE CULTURA E CONSUMO PARA MODERNIZAÇÃO DAS MARCAS: O ESTUDO DO CASO PLAYARTE	
Mariana Vallareto Nery	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0272222117	
SOBRE A ORGANIZADORA	83
ÍNDICE REMISSIVO	84

INTERCULTURAL CROSSROADS. VISUAL COMMUNICATION IN JAPANISM: ART, DESIGN AND ADVERTISING

Data de submissão: 28/09/2022

Data de aceite: 01/11/2022

Tatiana Lameiro-González

Universidade de Vigo

España

<https://orcid.org/0000-0003-1486-7820>

ABSTRACT: Constant movement is a reflection of our globalised society, where flows of individuals, images, data, etc. take place. One of the most characteristic activities to satisfy human needs in the world today is mobility. These flows lead to the establishment of links between different cultures and create synergies between different countries and communities. They cause an activation of cultural heritage and an interest in appraising one's own culture. Such growth in communication between Asian and European countries has changed the way we conceive, make, and produce, in the different areas of knowledge. This process, which arises as a result of reciprocal influences, has contributed to the work of European and American artists and designers, by providing new approaches to colour space, perspective, composition, drawing and subject matter. The different ways of creating have been intertwined and merged ever since these first cultural

contacts between Japan and the West took place, thus provoking an enrichment of the arts at different times via different artistic movements such as Art Nouveau, Bauhaus, Constructivism, Futurism and Dada. This paper attempts to reveal how the exchange of works between Japan and the West fostered some profound changes in the way messages are materialised and communicated through images. The aim is to analyse these flows using examples from painting, graphic design and advertising, in order to understand how they affect different contexts and popular culture.

KEYWORDS: Japanism, Graphic design, Advertising, Artworks and Communication.

FULL ARTICLE

“Supermodern mobility is reflected in the movement of the population (migration, tourism, professional mobility”. (M. Auge, 2007:15-16).

Constant movement is a reflection of our globalised society, wherein flows of individuals, images, data, etc. take place. Mobility is one of the most characteristic activities that contributes to satisfying

human needs in the world today. These flows establish links between different cultures, countries and communities through the creation of synergies. They cause an activation of cultural heritage and appraisal of own culture.

The cultural divide between the East and the West has aroused great interest in different disciplines on both sides, for thousands of years. The propensity of human beings to discover new cultures has fostered migration and travel to other continents.

The existence of remote and unknown cultures evoked interest in Europe in these new ways of understanding, doing and developing different disciplines. The first Japanese works of art were introduced in Europe in the 19th century when Japan engaged in an exchange with the Western world. Some art schools began to look for new viewpoints and directions to avoid the saturation and likeness that their works were subject to, and this was how the Japanese school of Ukiyo-e (浮世) painting inspired different artists to develop new ways of representing physical objects and forms that were very different from European realism. This revelation contributed to new beauty ideals, which would influence independent artists and the different aesthetic schools of the time.

European art was based on the perspective technique, where a representation of a motive is generally made on a flat surface as perceived by sight, so that its three-dimensional configuration can be sensed. Light and shadow are likewise used to reproduce reality in two dimensions, thus creating the illusion of the third dimension. Japanese art changed these patterns and presented just the main object, without any need for a peripheral or adjacent medium or environment. The Ukiyo-e school in particular presents a new way of looking at objects, wherein depth is portrayed diagonally in space and the object is presented by endowing it with a sense of motion.

As Cirlot states:

"Degas shows different facets, which arise from his greater attention to the general scheme of composition, movement and dynamic organization of the image. The influence of Japanese art is likewise simultaneously evident. The characteristic notes of the same, apart from the implementation techniques which will not be addressed here, are "fragmentation and boundless". That is, the "right" space of the composition, the Western world's form and feeling, is doubly fractured; in terms of concept, by becoming boundless rather than architectural; and as for the way in which it is materialised, by relinquishing to a symbolic order of totality, that gives rise to fragmentation..." (Cirlot, 1963:32).

Vincent Van Gogh's words depict how European painters admired the ways in which Japanese artists materialised art with their strokes:

"I envy the Japanese artists for the incredible neat clarity which all their works have. It is never boring and you never get the impression that they work in a hurry. It is as simple as breathing; they draw a figure with a couple of strokes with such unflinching easiness as if it were as easy as buttoning one's waist-coat". GradesFixer (2018).

The development of Western art in Japan took place through the first contacts with

Portuguese ships in 1542, but the real influence of Western art in Japan commenced via contact with objects and art works brought by the early Christian missionaries. The impact of European art in Japan began with the arrival of the evangelists in 1550. The high cultural level of the Japanese was a turning point in the way evangelisation was carried out in the new colonies. From that point onwards, European paintings and engravings of religious themes were used to teach the Christian doctrine.

The first art schools for Japanese students date back to 1579 and they taught comparative cultures.

The term Namban (南蛮), which refers to art influenced and connected with Christianity and produced between the 16th and 17th centuries by the Japanese, arose from these first cultural contacts between Japan and Europe. It also depicts the commercial contacts at one of the first known moments of Westernisation in Asia. Screens are particularly noteworthy here, in addition to Christian icons and other objects produced. They represent the different social classes of the time. However, the canons of Western art from this period, such as linear perspective and the use of other materials and techniques, seem to have had a short-lived influence. The persecution and prohibition of Christianity largely closed contact with foreigners in the decade of 1630 and meant the decline of Namban art.



Fig. 1. Paravent Namban Byobu dit des Portugais.

Source: https://art.rmngp.fr/en/library/artworks/paravent-namban-byobu-dit-des-portugais_papier_peinture-technique

Japanism began to spread between 1850 and 1860, with the reopening of Japan to the West. This influence of Japanese arts on Western ones gave rise to the proliferation of works created through direct transfer of Japanese art principles over Western ones.



Fig. 2. Japonaise. 1876. Claude Monet.

Source: Public domain

The opening up of Japan during the Meiji period (1868-1912) was a decisive event for its modernisation. This important transformation, stemming from the political change in regard to the international introduced during the Tokugawa era, led to the rediscovery of Japan, which was hitherto mysterious and almost unknown to Europeans. Travel chronicles, literature, illustrated magazines and international exhibitions were the main means of disseminating both their traditional customs and swift modernisation. Japanese art soon attracted the attention of collectors and artists, which led to the formation of excellent Japanese art collections in the West, and in artistic practice, led to the use of resources, motives and themes from Japan.

After the 1862 International Exhibition in London, Japanese xylographies became a reference for many European artists, and affected the 19th and 20th century avant-garde movements such as Impressionism or Cubism. This new approach brought by Japanese art offered a break from the academic conventions of the time. The interest in asymmetric and irregular representation systems offered a new source of inspiration. The off-centre placement of subjects or objects, the freedom of composition, the lack of shadows and lack of perspective, together with the use of colour in a flat, nuanced and vibrant manner seduced many French, British, Italian, Austrian artists, among others. Artists influenced by Japanese art include Édouard Manet, Pierre Bonnard, Henri de Toulouse-Lautrec, Mary Cassatt, Degas, Renoir, James McNeill Whistler, Claude Monet, Van Gogh, Camille Pissarro, Paul Gauguin, Klimt, Pierre-Auguste Renoir, William Merrit Chase, Guy Rose and James Whistler.



Fig. 3 & 4. (Left) The lady of the fans (Portrait of Nina de Callias). 1873. Musée d'Orsay, Paris, France. Edouard Manet.

Source: Public domain. (Right) Young Woman with a Japanese Umbrella. 1876. Pierre-Auguste Renoir.

Source: Public domain.



Fig. 5 & 6. (Left) Madame Camus. 1869-1870. Degas.

Source: Public domain. (Right) The Green Parasol. 1911. Guy Rose. Source: Public domain.



Fig. 7 & 8. (Left) Madame Lili Grenier. 1888. Henri de Toulouse-Lautrec.

Source: Public domain. (Right) Girl in a Japanese Costume. 1890. William Merrit Chase. Source: Public domain.

For instance, Paul Gauguin is greatly influenced by Japonism, both as a collector of Japanese works and user of techniques such as wood engraving and xylographies. His work “Laveuses à Arles” (1888) portrays his interest at the time for predominance of expression over formal representation, which meant his definitive rupture from Impressionism. This vision, for which Gauguin coined the term “synthetism”, was characterised by the non-mimetic representation of nature, and rejection of perspective by abandoning the third dimension as in the Japanese print and by separating colour into broad and contrasted planes by using a dark line.

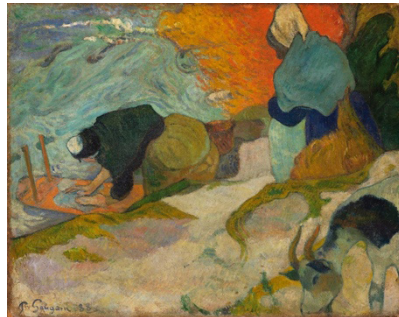


Fig. 9. Laveuses à Arles. 1888. Paul Gauguin

Source: Public domain.

Claude Monet's painting “The Water Lily Pond” (1899, The Metropolitan Museum of Art) shows influences from Utagawa Hiroshige's (1797–1858) work “In the Kameido Tenjin Shrine Compound”.

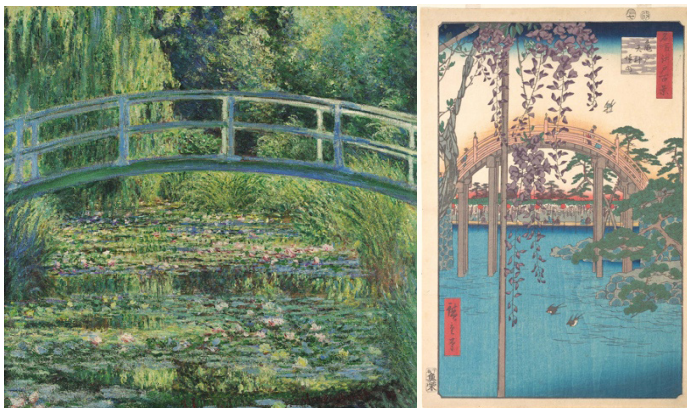


Fig. 10 & 11. **(Left)** The Water Lily Pond. 1899. The Metropolitan Museum of Art. Claude Monet.

Source: Public domain. **(Right)** In the Kameido Tenjin Shrine Compound, (1797–1858). Utagawa Hiroshige.

Source: Public domain.

In the case of the American artist Mary Cassatt, her engravings portray women indoors with a very subtle elegance, as well as a set of other elements that serve to adapt to the phenomenon proposed by Japanism. This taste for Japanism and representation of women are perhaps different from that seen earlier. Cassatt does not portray Japanese women but Western ones using techniques that are quite similar to the Japanese ones. An example can be found in the engraving “The Child’s Bath”, where the direct influence of Utamaro is evident.



Fig. 12. The Child's Bath. 1893. Mary Cassatt.

Source: Public domain.

In the case of Spain, we can see these influences in artists like José Villegas Cordero, Pedro Saenz y Saenz, Pablo Picasso and Joan Miró. Other examples can be found in magazine illustrations such as the Black and White cover by Pedro Sáenz.

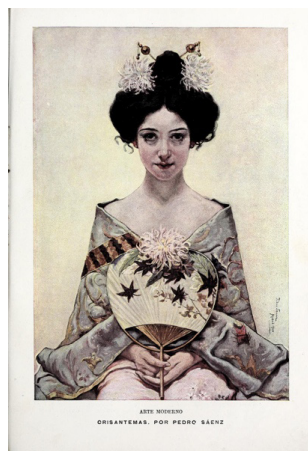


Fig. 13. Arte moderno. Blanco y Negro . Crisantemas. 1901. Pedro Sáenz.

Source: Public domain.

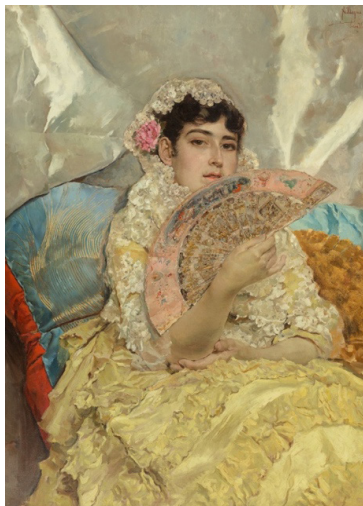


Fig. 14. Portrait of a Woman with Fan. José Villegas Cordero.

Source: Public domain.

The fascination for Japanese art led to the migration of some artists to Japan and dealers like Tadamas Hayashi and Jijima Hanjuro likewise moved to Paris and other European cities. Tadamas Hayashi (1853-1906) was one of the first ambassadors of Japanese culture in France. He arrived in Paris in 1878 to work as an interpreter for the art dealer and curator Kenzaburô Wakaï at the International Exhibition. In 1883 he opened a shop to sell “Japanese Objects” that attracted numerous fans and introduced him to artistic and literary environments. For example, the musée d’Orsay, Paris, France, displays the “Masque de Tadamas Hayashi”, made in 1892 by the French artist Albert Bartholomé and fruit of the contact of both in the art circle of Degas.



Fig. 15. Masque de Tadamas Hayashi (1853-1906). 1892. Albert Bartholomé.

Source: https://art.rmngp.fr/en/library/artworks/albert-bartholome_masque-de-tadamas-hayashi-1853-1906_patine_bronze_sculpture-technique_1892?force-download=307008

Art-loving writers and lovers of Japanese arts such as Baudelaire or the Goncourt brothers contributed to spreading and admiring this art. Artists such as Harunobu, Utamaro, Hokusai and Hiroshige revealed a world of unusual images that impressed European artists seeking new expressive media.

Not only prints, but also Japanese ceramics, of a much higher quality than other European ceramics, became objects sought after and imitated. Globular forms of some pieces and decorative motifs, modelled on a repertoire of flowers and plants such as bamboo, were inspiring. However, what really contributed to the success of this cultural exchange was the need of many artists for new languages and aesthetics that would provide them with new repertoires of shapes and decorations.

As mentioned earlier, in addition to painting, we find other areas where Japanese influence on the West, especially in Europe, can be seen. Japanese fabrics inspired countless floral prints. This great impact on women's fashion led to kimono-inspired garments and the use of Japanese fans and umbrellas in western society. The geisha (芸者) figure gained prominence in different fields, the canons and the most important elements of a type of woman that was unknown in our art were portrayed displaying sensuality not based on nudity.



Fig. 16. The Kimono. 1895. William Merritt Chase.

Source: Public domain.

On the subject of furniture design, some characteristics such as compositional simplicity, geometry based on the square, the rectangle and the right angle are worth highlighting. Also noteworthy is furniture constructed from wooden slats instead of carved wood, colour sobriety and use of black lacquer. On the subject of interior design, mention

must be made of the use of screens, as depicted in some paintings such as James Tissot's work "Young women looking at Japanese objects" 1869-1870.



Fig. 17. Young Women Looking at Japanese Objects. 1869-1870. James Tissot.

Source: Public domain.



Fig. 18 & 19. **(Left)** European furniture in the Art Institute of Chicago. Sailko.

Source: Public domain. **(Right)** Sideboard by Edward William Godwin. 1867. Gryffindor.

Source: Public domain.

The vast majority of Westerners discovered Japan mainly in visual form due to the reproduction of a multitude of images in the various printed media. The xylographies appeared first and were followed by the design of posters, which illustrate the first formal features inspired along traditional Japanese engravings and photoengravings.

The massive propagation of images in the 19th century was made possible thanks to technical developments in graphic arts and the editorial consolidation of illustrated publications. "*Le Japon Artistique*" subtitled *documents d'art et d'industrie*, was a Japanese art magazine published by Samuel Bing, a Japanese specialist of his time. The first issue of the monthly magazine was published on 1 May 1888, in three languages (English, French and German). The magazine was discontinued in 1891.

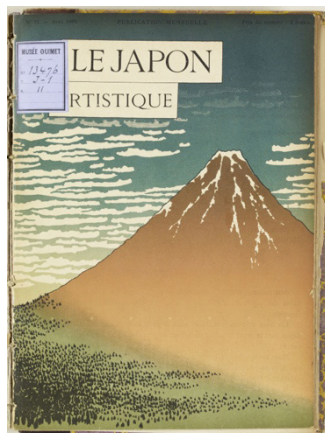


Fig. 20. Cover of *Le Japon artistique*. 1889. Anonymous.

Source: https://art.rmngp.fr/en/library/artworks/le-japon-artistique_1889?force-download=715162 (accessed 27 October 2019).

Paris was not the only location influenced by Japonism; other countries such as England should also be mentioned, where the so-called “Liberty” movement was of particular interest in London. This artistic style is framed within the movement known in Spain as Modernism (*Art Nouveau*). It stands out for its nature based designs, mix of animals and plants, very much related to the Japanese art prevalent at the time.

The West also includes the American territory, whose influences would appear later. Samuel Bing, a German art dealer, wanted to expand his taste for Japanese art to the American continent, where already present were known writers such as Okakura Kazuko and Ernest Fenollosa, an American poet born in Malaga, Spain, an art historian, translator and expert on Eastern culture and a lover of Japan. In 1881 Fenollosa financed an exhibition of Japanese representative art in Tokyo, and in 1882, delivered a lecture entitled *Bijutsu shinsetsu* (“The real theory of art”), in which he regretted the loss of the traditional Japanese painting style due to the vogue of Western styles and models. This speech had a great impact, and promoted the appraisal of *own culture*. The Imperial Museum of Fine Arts, also known as the National Museum of Tokyo, was created under his supervision. His views attracted artists like Kanō Hōgai and Hashimoto Gahō, who pioneered a movement that wanted to revive the traditional Japanese school of painting. Their ideals and interests, as well as the organisation of large Japanese art exhibitions, were essential for dissemination throughout America and in the important US museums.

In Spain, one can highlight the magazine “*La Ilustración Española y Americana*” that published several articles on Japan, which helped spread the Japanese culture and its influence in our country.



Fig. 21. Almanaque La Ilustración Española y Americana, cover by Mariano Pedrero. 1905.

Source: Public domain.

Images reproduced in the press were initially of a journalistic, artistic or encyclopaedic nature, but a new category -graphic advertising- appeared with the development of a market economy. The huge success of billboards from the 1880s to the First World War is noteworthy. Advertisements and billboards have played a fundamental role in visual literacy of society ever since their appearance. Their communicating capacity, great power of dissemination, daily presence and the need to connect the viewer/reader with the reality and social practices of the time, make them an essential element in the Art-Society relationship.

Advertising design, which was initially linked to the Fine Arts, must be considered as a transmitter of the art of the time and therefore the influence of Japonism is manifested as one of the most prominent advertising trends. Advertising at the time adopted this social phenomenon that was manifested in different sectors such as cosmetics, performing arts, spirits, or the automobile sector.

KANANGA del JAPON
RIGAUD & C^a, Perfumistas
 PARIS, 8, Rue Vivienne y 47, Avenue de l'Opéra, PARIS

El Agua de Kananga
 es la loción mas refrescante que pueda imaginarse para los cuidados del cutis y del rostro; vertida en el agua destinada a lavarse, da vigor al cutis, lo blanquea y suaviza dejándole un perfume delicado que aprecian las damas mas elegantes.

Extracto de Kananga
 Nuevo y delicioso perfume para el pañuelo, adoptado por la sociedad elegante.

Aceite de Kananga, llamado el *Tesoro de la cabellera*; hermosa y hace crecer los cabellos, previene su caída y les comunica un olor delicioso.

Jabon de Kananga, el mas suavizador, el mas perfecto de los jabones de tocador: conserva al cutis su belleza, su aterciopelado, su frescura y su transparencia.

Polvos de Kananga, blanquean la tez, la preservan del asoleo causado por el sol ó el viento, dan al cutis el blanco mate tan buscado por las parisenses.

Leche de Kananga, contra las pecas, la coloración de la piel y el paño del embarazo.

Los S^{res}. RIGAUD y C^a son igualmente los fabricantes de los nuevos perfumes, Champacca de Lahore y Mélati de China, que tan gran éxito han alcanzado en la Exposición Universal de Paris de 1878.

Fig. 22. Advertisement of the brand "Kananga del Japon" of the perfumery Rigaud & C. Paris, 8, rue Vivienne and 47, Avenue de l'Opéra, Paris. 1882. Albertomos.

Source: Public domain.

There is an overview of Japanism based mainly on Japanese-themed works by impressionist, post-impressionist, symbolist and modernist painters or from Dadaism, but these influences are also bi-directional, as is the case with the Japanese poet Shinkichi Takahashi (高橋 新吉 1901 - 28 January 1987), who pioneered Dadaism in Japan. According to the critic Makoto Ueda, his presence is of special interest in modern Japanese literature and his collection of poems won the Japanese Ministry of Education's National Arts Award.

When studying these bilateral relations between the West and Japan we realise that even though some social circles may have been alien to artistic avant-garde, their allusion in street billboards and press announcements showed this insistent Japanese presence, sometimes also extended to labels and product containers. Japanism in advertising became a part of the daily lives of citizens in the late nineteenth and early twentieth centuries. This widespread advertising resource was the disseminating agent of Japan's image and exoticism at the time.

The portrait of a Japanese woman dressed in traditional kimono holding a unique print umbrella was characteristic in such advertisements. Moreover, most were typographical advertisements, highlighted by a clever use of contrast laws between a white background

and black text.

The most important Japanese advertising brand from 1907 to the 1920s was Grossmith's Hasu no hana that regularly advertised perfume, eau de toilette, scented sachets, soap, toothpaste and face powders. Its campaigns were characterised by their detailed setting in traditional Japan. In the beginning, the announcements spotlighted the perfume packaging design. Later, in the 1920s, advertising used larger, highly elaborate and beautiful illustrations which are the clearest example of Japanism advertising.

Other brands that used Japanese formal elements are Japanese Violet, Lundborgg's famous perfume, Pears Soap, Srubb's Ammonial, Corylopsis du Ja-pon and Amaryllis du Japan, all from the cosmetics sector.

To conclude, I would like to state that this paper is but a small reflection of some of the influences produced by Japan's connection with the West that I consider interesting. There have been a number of reflections of Japanese culture in the Western world since the 16th century and some are still present today. Perhaps the time has come in the history of mankind when the differences between the East and West are becoming smaller and smaller. There is no longer a differential gap between Western and Eastern-style works. The present connections at a global level, fruit of a globalised society, facilitate a lattice network that provides an ideal environment for interculturality and this situation opens the door to the past, present and future for an enlarged and interconnected vision.

REFERENCES

Augé, M. (2007), **Por una antropología de la movilidad** [For an anthropology of mobility]. Barcelona: Gedisa editorial.

Cirlot, J.E. (1963), **Pintura Contemporánea** [Contemporary Painting]. Barcelona: Seix Barral.

GradesFixer (2018), **The Influence of Japanese Woodblock Prints on the Work of Western Artists**. Available from <https://gradesfixer.com/free-essay-examples/the-influence-of-japanese-woodblock-prints-on-the-work-of-western-artists/> (accessed 20 December 2019).

Images

Bartholomé, Albert (1892), *Masque de Tadamasa Hayashi* (1853-1906)

(Photo (C) RMN-Grand Palais (musée d'Orsay) / Hervé Lewandowski). Available from: https://art.rmngp.fr/en/library/artworks/albert-bartholome_masque-de-tadamasa-hayashi-1853-1906_patine-bronze_sculpture-technique_1892?force-download=307008 (accessed 20 October 2019).

Paravent Namban Byobu dit des Portugais (Photo (C) RMN-Grand Palais (MNAAG, Paris) / Daniel Arnaudet). Available from: https://art.rmngp.fr/en/library/artworks/paravent-namban-byobu-dit-des-portugais_papier_peinture-technique (accessed 10 October 2019).

Anonymous(1889), Cover of *Le Japon artistique* (12th Apr, 1889)

(Photo (C) RMN-Grand Palais (MNAAG, Paris) / Thierry Ollivier). Available from: https://art.rmngp.fr/en/library/artworks/le-japon-artistique_1889?force-download=715162 (accessed 27 October 2019).

PAISAGEM FOTOGRÁFICA FEMININA: REVENDO ARQUIVOS E O LUGAR DA MULHER NA HISTÓRIA DA FOTOGRAFIA

Data de aceite: 01/11/2022

Daniela Remião de Macedo

Fotógrafa. Doutoranda na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa (FBAUL)

Website: www.daniremiao.com

RESUMO: A presente comunicação apresenta um recorte da investigação de doutorado em andamento na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa. A partir da criação da obra *Paisagem Fotográfica Feminina*, são abordadas reflexões relativas ao lugar da mulher na história da fotografia, com base nos textos das autoras Linda Nochlin, Naomi Rosenblum, e Filipa Vicente. Pioneiras na atividade fotográfica são abordadas, considerando contribuições de Teresa Flores, Pedro Lago, entre outros. Conclui-se que, apesar das mulheres permanecerem com certa transparência na história da fotografia por seus trabalhos não terem sido preservados de forma adequada e muito da história ter se perdido, essa é uma paisagem em formação que aos poucos vai se aflorando e colorindo com as novas descobertas da atuação feminina.

PALAVRAS-CHAVE: Fotografia. História da

fotografia. Pioneiras. Mulheres na fotografia. Gênero.

FEMALE PHOTOGRAPHIC LANDSCAPE: REVIEWING FILES AND THE PLACE OF WOMEN IN THE HISTORY OF PHOTOGRAPHY

ABSTRACT: This communication presents a part of the doctoral research in progress at the Faculty of Fine Arts of the University of Lisbon. From the creation of the artwork *Female Photographic Landscape*, reflections on the place of women in the history of photography are addressed, based on texts by the authors Linda Nochlin, Naomi Rosenblum, and Filipa Vicente. Women pioneers in the photographic activity are discussed, considering contributions from Teresa Flores, Pedro Lago, among others. It is concluded that, although women remain with a certain transparency in the history of photography because their works have not been adequately preserved and much of the history has been lost, this is a landscape in formation that gradually emerges and colors with the new discoveries in female acting.

KEYWORDS: Photography. History of Photography. Pioneers. Women in photography. Genre.

INTRODUÇÃO

As artistas mulheres foram negligenciadas na história da arte que, em seu silêncio, deixou de registrar a verdadeira história durante séculos. Na história da fotografia, mais especificamente, inúmeros são os nomes masculinos conhecidos responsáveis pelo desenvolvimento da técnica. Mas esta história não foi feita apenas por homens. Mulheres tiveram papel de destaque no aperfeiçoamento de técnicas e na documentação fotográfica de momentos importantes da história. Encontramos, na atualidade, o reconhecimento do trabalho de algumas mulheres que se destacaram como fotógrafas profissionais. A maioria, esposas e filhas que partilharam do interesse fotográfico dos seus parentes masculinos, quando a prática fotográfica se espalhou entre círculos familiares, sendo muitas vezes restritas ao trabalho de laboratório e acabamento. Outras, desfrutavam de posição social que as permitiu dedicarem-se à atividade fotográfica de forma amadora. Enquanto as fotógrafas profissionais tinham como temática principal os retratos de estúdio, as amadoras optavam sobretudo pela temática da natureza e por retratar o seu círculo familiar e de amigos, diferenciando suas imagens da fotografia realizada sob encomenda e as aproximando do campo da arte.

É a partir de questões teóricas e reflexões neste contexto que se desenvolveu o processo de criação da obra *Paisagem Fotográfica Feminina* (Imagem 1), apresentada na exposição coletiva *(Re)tratos da Paisagem: pensamento, transformação e ponto de vista*, no Centro de Cultura de Gramado (RS/Brasil) de 01 a 29 de abril de 2022, com curadoria de Ana Zavadil. Formada por uma série de colagens digitais, com imagens das pioneiras da fotografia inseridas em diferentes paisagens, a obra reflete sobre o cenário composto por mulheres em uma história da fotografia que se revela e se reescreve a cada nova descoberta de atuação feminina.

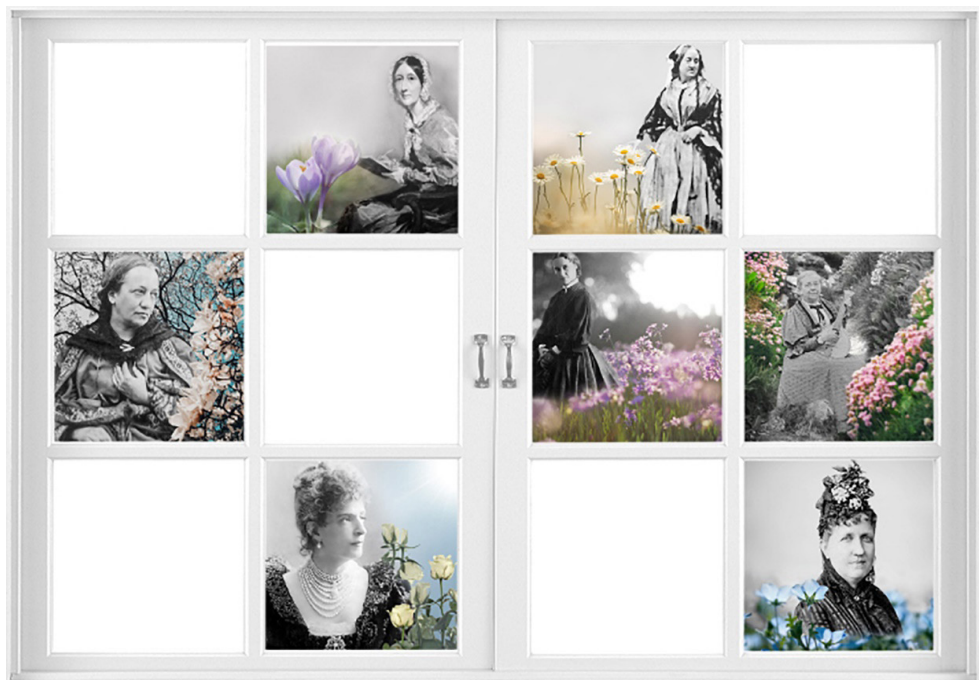


Imagem 1. Dani Remião, Paisagem Fotográfica Feminina (visualização parcial), políptico, sublimação em tecido voal, 90x120 cm, 2022.

A seguir, são apresentadas algumas reflexões relativas ao lugar da mulher na história da fotografia, a partir de leituras de textos de Linda Nochlin, Naomi Rosenblum, e Filipa Lowndes Vicente.

O LUGAR DA MULHER NA HISTÓRIA DA FOTOGRAFIA

Linda Nochlin (2016), abordando sobre a arte em geral, reflete sobre porque não houve grandes artistas mulheres na história. Para a autora, a questão de igualdade das mulheres, na arte, ou em qualquer outro campo, não recai sobre a relativa benevolência ou a má intenção de certos homens, mas na natureza das estruturas institucionais e na visão de realidade que estas impõem. Reflete que por trás dessa questão, encontra-se o mito do Grande Artista, afirmando que a aura mágica que rodeia as artes representativas e seus criadores gera mitos desde os tempos mais antigos. A autora questiona se o tipo de demanda e expectativa imposta tanto aos aristocratas, como às mulheres, a quantidade de tempo exercendo outras funções sociais, não fazia com que a devoção profissional plena à produção de arte estivesse completamente fora de questão para homens e mulheres, para além de uma questão de inteligência e talento. E conclui que a arte não é atividade livre e autônoma de um indivíduo dotado de qualidades, influenciado por artistas anteriores, mas que tanto o desenvolvimento do artista como a qualidade do trabalho acontecem

em um contexto social, são elementos integrais dessa estrutura social e são medidos e determinados por instituições sociais específicas e definidas.

A curadora e acadêmica Naomi Rosenblum (2000) analisa a participação da mulher no desenvolvimento da arte e da técnica fotográfica. A autora salienta que não lhe agrada separar homens e mulheres, mas que sentiu a necessidade de escrever sobre as fotógrafas, para mostrar que, em diferentes épocas, elas tiveram pensamentos divergentes dos homens em relação à fotografia. Ao escrever sobre a história da fotografia (Rosenblum, 2008), percebeu que poucas mulheres eram citadas, diferente do que acreditava existir. A historiadora recupera, então, o trabalho de várias delas, algumas tendo atuado ao lado dos homens, como retratistas, entre elas inglesas, latino-americanas, as europeias e chinesas. Algumas fotógrafas citadas faziam fotocolagens e registravam a família. A autora relata que geralmente as mulheres fotografavam dentro das casas e para as famílias, eram mais simpáticas que os homens, que trabalhavam em estúdios. Naturalmente, as mulheres artistas desconhecidas do passado não existem. Existem apenas aquelas que se conhece e cujas obras foram expostas, comentadas, debatidas, publicadas, avaliadas. E por isso é preciso olhar para trás, buscando o que não foi visto e ficou na sombra do desconhecimento.

A pesquisadora Filipa Lowndes Vicente (2018) ressalta que é importante tomar consciência de como a História que lemos, vemos e aprendemos foi e é marcada por uma subalternização do feminino, menorizado ou tornado invisível. A história do passado é sempre feita no presente. E uma das vantagens do nosso presente está também no fato de se terem multiplicado e diversificado as identidades e os lugares a partir dos quais se produz conhecimento. Agora olhamos para os arquivos do passado e vemos coisas que já lá estavam, mas que ninguém havia reparado. Mas Vicente (2012) salienta que o desprezo generalizado da produção artística realizada por mulheres ao longo dos séculos torna muito mais difícil encontrar documentos, visuais ou escritos, sobre seus trabalhos. Por mais que se busquem os registros dessa criação, estará sempre determinada por muitas ausências impossíveis de repor.

PIONEIRAS DA FOTOGRAFIA

Quando mulheres pioneiras se dedicaram à fotografia, a atividade ainda era um privilégio de poucos. Não é por acaso que muitas delas pertenciam a uma elite culta, erudita, viajada, com possibilidades econômicas e tempo disponível. Na Grã-Bretanha da segunda metade do século XIX, foram muitas as mulheres que se dedicaram profissionalmente à escrita literária, ao jornalismo, ou à pintura. Os direitos das mulheres, de acesso à propriedade econômica ou à educação, faziam parte dos debates da opinião pública. A fotografia surgiu como mais uma nova área de trabalho e criatividade para as mulheres, mas, tal como sucedia em todas as outras esferas, o seu gênero afetava aquilo que podiam fazer. A maior parte das mulheres fotografava “em casa”, tendo por temas das suas

fotografias o seu próprio ambiente familiar, não conseguindo profissionalizar-se e apenas mantendo a sua condição de filhas ou mulheres de homens que também fotografavam (VICENTE, 2016).

Com o compromisso de reforçar a presença das mulheres pioneiras na fotografia desde o século XIX, que tanto dedicaram-se a fotografar como ao trabalho em laboratório com os processos manuais de impressão fotográfica, trazemos a seguir algumas destas mulheres, incluídas em nosso trabalho de investigação e na criação da primeira versão de *Paisagem Fotográfica Feminina*. Nesta seleção foram consideradas fotógrafas amadoras, artistas e cientistas, com trabalhos envolvendo retratos de família e/ou processos históricos de impressão fotográfica que atuaram no Reino Unido, em Portugal e no Brasil.

Mary Somerville (Escócia, 1780-1872): Pioneira cientista britânica autodidata, popularmente considerada “A Rainha da Ciência do Século XIX” (Imagem 2). Estudou matemática, botânica, física, química, geologia, astronomia. Comprovou em suas pesquisas as propriedades fotossensíveis dos extratos extraídos de plantas no processo fotográfico conhecido como Antotipia (Anthotype). Em 1804 se casou com Samuel Greig, que não a impediu de estudar, porém tinha em baixa consideração a intelectualidade das mulheres. O casal teve dois filhos. Com a herança e independência econômica após ficar viúva, teve a liberdade de se dedicar aos estudos. Se casou novamente em 1812 com o médico William Somerville, que não apenas compartilhava dos mesmos interesses que Mary, mas também se orgulhava de sua inteligência e incentivava seus estudos científicos. Tiveram outros quatro filhos. Mary e William tinham um círculo de amizades que incluía vários matemáticos e astrônomos renomados da época. Publicou artigos, livros e traduziu obras científicas, abarcando diversos campos da ciência, explicando de forma simples e compreensível as partes mais complicadas da física, da química, da astronomia. Mary Somerville e Caroline Herschel, irmã do astrônomo William Herschel, foram as primeiras mulheres membros da *Royal Astronomical Society*, academia científica independente do Reino Unido, que tem por objetivo reconhecer, promover e apoiar a excelência em ciência, e incentivar o desenvolvimento e uso da ciência para o benefício da humanidade. Lutou pelos direitos das mulheres. Sua autobiografia (SOMERVILLE, 1874) foi publicada postumamente com seleção de suas correspondências feita pela filha Marta Somerville.



Imagem 2. Dani Remião, Mary Somerville, colagem e colorização digital, 2022.

Ana Atkins (Inglaterra, 1799-1871): Botânica britânica, ilustradora de livros científicos, pioneira na fotografia (Imagem 3). Sua mãe faleceu em decorrência de problemas do parto. Muito próxima ao pai, John George Children, recebendo uma educação científica não comum para mulheres da época. Em 1825, casou-se com comerciante John Pelly Atkins. Não tiveram filhos. Aprendeu a Cianotipia com seu inventor, Sir John Herschel. Utilizando este processo, produziu em 1843 o primeiro livro ilustrado com imagens fotográficas, *Photographs of British Algae: Cyanotype Impressions* (ATKINS, 2019). Os fotogramas e o livro de Atkins inauguraram um método totalmente novo de ilustração e documentação científica. Atkins foi também considerada por muitos anos a primeira mulher a fazer uma fotografia.



Imagem 3. Dani Remião, Anna Atkins, colagem e colorização digital, 2022.

Em 2015, porém, o pesquisador Larry Schaaf atribui à Sarah Anne Bright (Inglaterra, 1793-1866) a autoria de um fotograma conhecido como “The Quillan Leaf”, parte de um grupo de fotografias conhecido como Coleção Quillan colocado à venda durante 1988–1990 pelo negociante de fotografia Jill Quasha (1991). Assim, após esta descoberta recente, Sarah Anne Bright passou a ser a primeira mulher a produzir imagens fotográficas que se tem conhecimento.

Julia Margaret Cameron (Inglaterra, 1815-1879): Julia (Imagem 4) se casou em 1838 com o jurista Charles Hay Cameron. O casal teve cinco filhos, criando outras cinco crianças. Começou a fotografar aos 48 anos, quando ganhou uma câmera fotográfica da filha e do genro. O motivo do presente era lhe proporcionar uma ocupação no isolamento da ilha de Wight, na Grã-Bretanha, para onde estava indo morar, mas acabou por mudar a sua vida. Em um ano, Julia se tornaria membro da Sociedade Fotográfica de Londres e da Escócia. A intensidade com que Cameron se dedicou à prática da fotografia durante 11 anos, até seu falecimento em 1879, fez dela uma das fotógrafas mais reconhecidas do século XIX. As imagens desfocadas e a presença das marcas do processo fotográfico, as manchas, marcas dos dedos, riscos e luz, características assumidas no trabalho de Cameron, e que muitos identificavam como a sua originalidade, eram para os seus críticos

erros técnicos que os fotógrafos tinham de saber eliminar. Para alguns, estes erros deviam-se ao fato de ela ser uma mulher.



Imagem 4. Dani Remião, Julia Margaret Cameron, colagem e colorização digital, 2022.

Lady Clementina Hawarden (Inglaterra, 1822-1865): A maior parte do que se sabe sobre Hawarden (Imagem 5) foi reunida a partir de suas fotografias. Capturou cerca de 800 fotografias, principalmente retratos de suas filhas em sua casa em Londres. Casou-se com Cornwallis Maude, 4º Visconde Hawarden, em 1845 e viveu em Londres até 1857, quando se mudou com a família para Irlanda. Começou a experimentar a fotografia, fazendo imagens estereoscópicas de paisagens ao redor de sua propriedade. Teve dez filhos, dois meninos e oito meninas. Em 1859, a família voltou para Londres, onde começou a fotografar suas filhas, primeiro fazendo fotografias estereoscópicas, depois retratos em grande formato. Seu trabalho registra a vida doméstica de uma mulher de classe média vitoriana. Enquanto os fotógrafos homens da época costumavam explorar lugares distantes, Hawarden tinha que trabalhar perto de casa. Mas ao criar imagens requintadas de suas filhas adolescentes, delimitou novos perímetros para a fotografia artística. Fez impressões em albumina de negativos de colódio úmido. Gostava de usar luz natural em seu estúdio em sua casa. Colocava espelhos para refletir a luz e os usou para explorar a ideia do 'duplo', assim como

também usava câmera estereoscópica para produzir impressões gêmeas com efeito 3D.



Imagem 5. Dani Remião, Lady Clementina Hawarden, colagem e colorização digital, 2022.

Em vez de se concentrar nos rostos de seus modelos, como fez sua contemporânea Julia Margaret Cameron, Hawarden usou o ambiente da sala, além de cenários e tecidos, para adicionar à composição. As figuras e o vestido são o tema principal, enquadrados na sala com uma escolha criteriosa de adereços, roupas, espelhos e postura, e muitas vezes em frente à varanda. A cidade além fornece um fundo desfocado.

Maria Pia de Sabóia (Itália, 1847-1911): Maria Pia (Imagem 6) foi pintora e fotógrafa amadora, tal como diversos membros da sua família, mas as suas imagens raramente foram vistas fora dos circuitos domésticos. Quinta filha de Vítor Manuel (1820-1878), rei da Sardenha, e de Maria Adelaide de Habsburgo Lorena (1822-1855), arquiduquesa da Áustria, nasceu em Turim a 16 de outubro de 1847. Casou nessa cidade, por procuração, com o rei D. Luís I de Portugal em 1862.



Imagem 6. Dani Remião, Maria Pia de Sabóia, colagem e colorização digital, 2022.

A jovem rainha, de 14 anos, chega a Lisboa neste mesmo ano para o casamento religioso. Viveu em Portugal durante 48 anos, saindo após a implantação da República, em 1910. Morreu no ano seguinte, na Itália. No campo da fotografia, Maria Pia teve alguma notoriedade, participando da I Exposição Nacional de Fotografias de Amadores que decorreu no salão “Portugal” da Sociedade de Geografia, em Lisboa, entre 31 de dezembro de 1899 e 22 de janeiro de 1900, onde obteve um prêmio e alguma atenção da imprensa. Entretanto, foi preciso esperar 116 anos desde essa data, para que a sua “obra artística”, assim assumida e identificada, fosse apresentada em uma exposição dedicada ao seu trabalho. Tratou-se de *Um Olhar Real. Obra artística da rainha D. Maria Pia – desenho, aquarela e fotografia*, que aconteceu na Galeria de Pintura do Rei D. Luís, no Palácio Nacional da Ajuda, entre 16 de dezembro de 2016 e 21 de abril de 2017 (MENDES FLORES, 2017).

Princesa Isabel (Brasil, 1846-1921): Filha do imperador do Brasil D. Pedro II, a Princesa Isabel (Imagem 7) tem grande importância na vida do país e da fotografia brasileira. A descoberta de uma coleção com centenas de fotografias, em posse de descendentes europeus da família imperial brasileira, que começou a ser formada pela princesa Isabel em torno de 1860, durante sua adolescência, e guardada em um baú de

ferro preservadas da exposição à luz, foi descoberta e apresentada por Pedro Aranha Corrêa do Lago (2013). Em seu artigo (Lago, 2020) publicado na Tribuna do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro, o pesquisador revela sua descoberta, ainda pouquíssimo conhecida, inclusive entre pesquisadores brasileiros nesta área, que reescreve a história da fotografia no Brasil. Há inúmeros testemunhos de D. Pedro II, foi um entusiasta da fotografia e que se apaixonou cedo pela nova invenção, logo que as primeiras técnicas fotográficas chegaram ao Brasil. Comprou na época um aparelho daguerreótipo, colecionou milhares de imagens e estimulou os melhores profissionais. Porém, nos últimos cinquenta anos, além desses fatos incontestáveis, tem sido constantemente repetido que o próprio imperador havia exercido a arte da fotografia, sendo reconhecido como fotógrafo amador e o primeiro fotógrafo brasileiro. Entretanto, não havia nenhuma outra prova de que D. Pedro II em algum momento tivesse sido fotógrafo, salvo um único autorretrato atribuído a ele, imagem conhecida em que o imperador está posicionado com a mão no colete. Esta ideia nunca foi contestada, visto ter sido divulgada pelo primeiro e maior historiador da fotografia brasileira, Gilberto Ferrez (1985), em seu clássico livro publicado originalmente em 1946, onde cometa sobre estar escrito no verso desta imagem “fotografia tirada por mim mesmo” na letra inconfundível do imperador. A “selfie” pré-histórica ficou sendo a única imagem cuja autoria ninguém contestava, apesar de autorretrato ser na época um exercício tecnicamente complexo até mesmo para profissionais da fotografia.



Imagem 7. Dani Remião, Princesa Isabel, colagem e colorização digital, 2022.

Entretanto, o pesquisador Pedro do Lago, ao ser consultado recentemente em um projeto, por seu envolvimento em pesquisas referentes às fotografias da família imperial brasileira por mais de uma década, teve acesso à digitalização da célebre imagem de D. Pedro II, cujo original é conservado no Museu Imperial de Petrópolis/RJ, juntamente com a imagem do verso, nunca antes reproduzida. O pesquisador constatou, porém, que a inscrição a lápis se mostra um pouco diferente do que a memória de Ferrez conservava: “Photographia feita por mim em São Christóvão”, sendo reconhecida imediatamente por Lago, nesta anotação, a letra da princesa Isabel. Com esta descoberta, desaparece a única prova de que o imperador teria, ele próprio, manuseado um aparelho fotográfico, e reescreve-se a história da fotografia no Brasil. Assim, a primeira pessoa nascida no Brasil a, comprovadamente, ter atuado na atividade fotográfica é uma mulher, a princesa Isabel.

Sarah Angelina Acland (Inglaterra, 1849-1930): A ligação e envolvimento de Angie (Imagem 8), como era chamada, com a fotografia começou cedo. Seu pai, professor de medicina da Universidade de Oxford, conhecia o acadêmico Charles Dodgson (conhecido como Lewis Carroll) e o encorajou a fotografar Angie e seus irmãos da final da década de 1850. Nunca se casou. Colecionou fotografias e álbuns de *cartes de visite*. Havia muitos fotógrafos competentes na família Acland e é provável que ela tenha aprendido questões práticas com seus irmãos, visto que pelo menos quatro deles assumiram a fotografia antes dela. Começou a fotografar em 1891, quando seu pai lhe deu uma câmera Kodak de aniversário. Giles Hudson (2012) observou que “ela era competente com um bom olho para composição”. Com 19 anos conheceu e foi influenciada pela fotógrafa Julia Margaret Cameron. Fotografou retratos e paisagens.

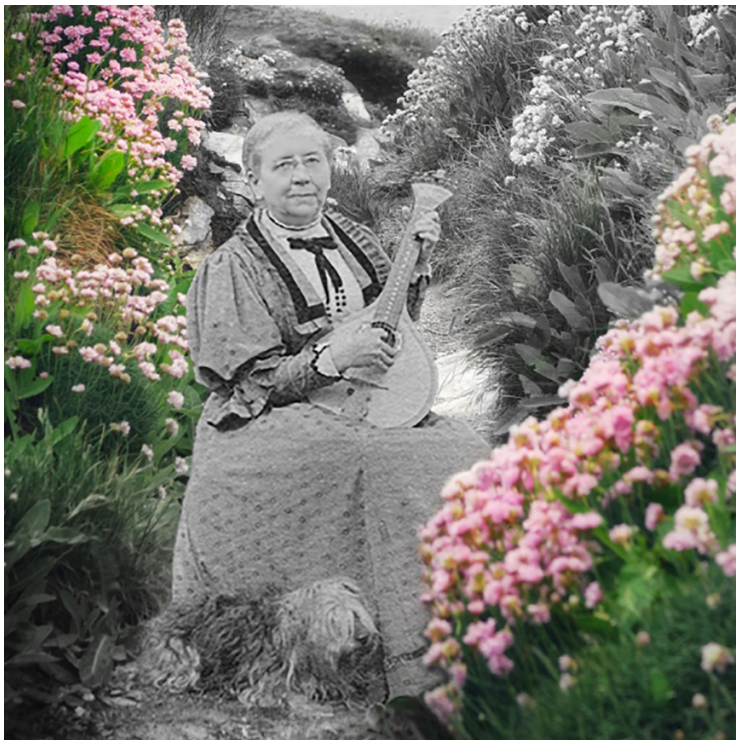


Imagem 8. Dani Remião, Sarah Angelina Acland, colagem e colorização digital, 2022.

Angie foi a primeira mulher membro do *Oxford Camera Club* em 1894, expondo e palestrando em suas reuniões. Se tornou membro do *Royal Photographic Society* em 1899, contribuindo ativamente para sua Revista, palestras e exposições. Nesta época, começou a se interessar pela fotografia a cores, o que lhe interessou até seus últimos dias, tanto como artista-fotógrafa, como cientista e defensora da cor. Angie mostrou seu trabalho na primeira exposição britânica de fotografia colorida nos escritórios da *British Journal of Photography* em 1906, e em outubro daquele ano foi formada a *Society of Color Photographers*. Acland foi reconhecida como líder em fotografia colorida. Acland experimentou o processo Autochrome de 1907, primeiro processo fotográfico colorido bem-sucedido, e em outubro exibiu vistas de Oxford. Grande parte do seu trabalho subsequente foi feito na Madeira, em Portugal, onde passava férias de inverno. Em seus últimos anos compilou duas apresentações de álbuns de seus retratos.

PAISAGEM FOTOGRÁFICA FEMININA

Na série *Paisagem Fotográfica Feminina*, o retrato de cada pioneira é inserido em uma diferente paisagem, passando a fazer parte dela. Na história da pintura, a paisagem passou de segundo plano e de cenário para uma cena narrativa a gênero tradicional,

ganhando maior importância no século XIX. E assim como a paisagem deixou de ser apenas fundo de objetos retratados e passou a ser o elemento principal das imagens, as investigações dedicadas a desvendar a atuação das mulheres na fotografia permitem com que estas assumam seus papéis de protagonistas na história da fotografia. Entretanto, ainda assim, permanecem com certa transparência na história por seus trabalhos não terem sido preservados de forma adequada e muito da história ter se perdido. É uma paisagem em formação que aos poucos vai colorindo a história com a atuação feminina.

Atualmente, com a possibilidade de exibir imagens *online*, um número crescente de materiais raros apareceu em plataformas acessíveis ao público, algumas delas cuidadosamente disponibilizadas (*sites* de galerias e museus), outras simplesmente divulgadas com a possibilidade de alguma manipulação digital. Sendo assim, imagens de obras de grandes artistas que anos atrás apenas poderiam ser visualizadas em raros, caros e volumosos livros de história da arte, hoje podem ser facilmente encontrados na web. Da mesma forma, retratos desses artistas podem ser facilmente encontrados na rede mundial de computadores.

Na busca por retratos das pioneiras da fotografia, porém, encontramos certa dificuldade. Além dos poucos nomes já revelados e a dificuldade de encontrar registros sobre seus trabalhos, é difícil também se conhecer o retrato de muitas delas. As que fizeram parte da realeza, encontramos com mais facilidade suas imagens, geralmente captadas por fotógrafos profissionais da época e preservadas em coleções fotográficas. Outras, somente uma fotografia ou mesmo uma pintura é conhecida, geralmente um autorretrato. Outras ainda têm o nome já revelado na história da fotografia, mas seus rostos continuam invisíveis. São sobre estas que os espaços em branco da obra *Paisagem Fotográfica Feminina* trazem à reflexão. Ao buscarmos o cenário formado pelos rostos dessas mulheres do passado, sabemos que essa paisagem será sempre formada por muitas ausências impossíveis de repor.

Os retratos encontrados na *web*, imagens pobres, como descreve Hito Steyerl (2009), de qualidade ruim e resolução abaixo dos padrões, transformam qualidade em acessibilidade, valor de exposição, em valor de culto. As imagens pobres são imagens populares, que podem ser feitas e vistas por muitos, é possível armazenar os arquivos, mas também reeditá-los. E os resultados circulam. Os retratos das pioneiras da fotografia utilizadas nesta produção foram adquiridos de sites diversos da *web* (Imagem 9). A baixa resolução das imagens foi inevitável, assim como os arranhões e marcas do tempo nas fotografias originais, replicados em suas cópias digitais. Dessa forma, estes retratos foram inicialmente editados em programa de computador, de forma a proporcionar uma melhor resolução e clareza das imagens, retirando falhas e marcas do tempo (Imagem 10).



Imagem 9. Retratos de pioneiras da fotografia, Mary Somerville, Anna Atkins, Maria Pia, Princesa Isabel. Fonte: World Wide Web, 2022.



Imagem 10. Princesa Isabel, edição digital de fotografia, 2022.

Assim, além de unir fisicamente, em uma única obra, imagens que se encontram dispersas virtualmente em diferentes *sites*, a composição criada partiu da apropriação destas imagens pobres, digitais, de baixa resolução com facilidade de acesso e reprodução, e buscou a revalorização dessas imagens através de tratamento digital, buscando restaurar sua qualidade, e de um processo de colagem e colorização digital, gerando imagens únicas. De acordo com Antônio Fatorelli (2013), a reciclagem de imagens preexistentes na mídia de massa e a dilatação do tempo da etapa de pós-produção de imagens, como no trabalho desenvolvido, são procedimentos que acrescentam novas temporalidades à representação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim como na história da pintura, onde a paisagem passou de segundo plano e de cenário para gênero tradicional, elemento principal das imagens, as investigações dedicadas a desvendar a atuação das mulheres na fotografia permitem com que estas deixem de ser apenas cenário da atuação masculina e assumam seus papéis de protagonistas nesta

história.

A série *Paisagem Fotográfica Feminina* representa de forma visual essas reflexões, apresentando em sua primeira versão uma composição que reúne os retratos das pioneiras Mary Somerville, Anna Atkins, Julia Margaret Cameron, Lady Clementina Hawarden, Maria Pia de Sabóia, Princesa Isabel e Sarah Angelina Acland. Inseridas cada uma em uma diferente paisagem, passando a fazer parte dela, criam juntas uma paisagem feminina da história da fotografia. A obra em exposição leva ao observador este conhecimento, promovendo reflexões sobre o lugar das mulheres neste cenário.

Entretanto, ainda assim, permanecem com certa transparência na história por seus trabalhos não terem sido preservados de forma adequada e muito da história ter se perdido. Aparecem entre espaços em branco, talvez nunca preenchidos por outras mulheres invisíveis na história. É uma paisagem em formação, que aos poucos vai colorindo a história da fotografia com a atuação feminina, e que esperamos que a nossa e outras investigações venham a aflorar cada vez mais.

REFERÊNCIAS

ATKINS, Anna (2019). **Photographs of British Algae: Cyanotype Impressions**. Criado e publicado por Anna Atkins (1843-1853). Nova York: The New York Public Library. Disponível em: <<http://www.specialeditionartproject.com/the-special-edition-art/making-of-the-arts/photographs-of-british.html>>. Acesso em: 20 março 2021.

FATORELLI, Antônio. **Fotografia contemporânea: entre o cinema, o vídeo e as novas tecnologias**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2013.

FERREZ, Gilberto. **A Fotografia no Brasil: 1840-1900**. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1985.

MENDES FLORES, Teresa. Maria Pia Fecit/Feito por Maria Pia: Observada e observadora. Algumas reflexões sobre questões de gênero a partir do caso da rainha Maria Pia, fotógrafa. In: **Revista de Comunicação e Sociedade**, Braga, Universidade do Minho, v. 32, p. 101-122, 2017.

NOCHLIN, Linda. **Por que não houve grandes mulheres artistas?** Tradução de Juliana Vacaro. São Paulo: Edições Aurora, 2016.

QUASHA, Jill. **The Quillan Collection of Nineteenth and Twentieth Century Photographs**. NY: Hudson Hills, 1991. Disponível em: <<https://talbot.bodleian.ox.ac.uk/2015/06/19/tempestuous-teacups-and-enigmatic-leaves/>>. Disponível em: 10/03/2021.

ROSENBLUM, Naomi. **History of Women Photographers**. 1994, 2ª. ed., New York: Abbeville Press, 2000.

ROSENBLUM, Naomi. **A World History of Photography**, 1984, 4ª ed., New York: Abbeville Press, 2008.

RUDSON, Giles. **Sarah Angelina Acland: First Lady of Colour Photography**. Oxford: Bodleian Library, 2012.

SOMERVILLE, Mary. **Personal Recollections, From Early Life to Old Age, of Mary Somerville:** with selections from her correspondence by her daughter, Martha Somerville. Londres: J. Murray 1874. Disponível em: <<https://www.gutenberg.org/ebooks/27747>>. Acesso em: 10/03/2021.

STEYERL, Hito. In defense of the poor image. In: **E-flux Journal**, número 10, novembro 2009.

VICENTE, Filipa Lowndes. **A arte sem história.** Mulheres e cultura artística (séculos XVI-XX). Lisboa: Athena, 2012.

VICENTE, Filipa Lowndes. Imagens Desfocadas. Julia Margaret Cameron e outras fotografias para redescobrir. In: **Público**, 3 January 2016.

A 'FESTA' INTERSEMIÓTICA: POESIA EM MOVIMENTO NAS TELAS

Data de aceite: 01/11/2022

Denise Azevedo Duarte Guimarães

Doutora em Estudos Literários pela UFPR e Aposentada da mesma IES. Docente do Mestrado e Doutorado em Comunicação e Linguagens da UTP, é Coordenadora da Linha de Pesquisa Estudos de Cinema e Audiovisual. Integra o GP Comunicação, Imagem e Contemporaneidade- CIC- UTP/CNPq (Parceria com CIAC - Portugal) e o GP Representações simbólicas do espaço urbano em narrativas audiovisuais GRUDES- UTP/CNPq. Associada da ABEC

<http://orcid.org/0000-0002-8334-5463>

RESUMO: Toma-se como objeto de estudo a poesia multimídia, procurando demonstrar como ela dá continuidade a um projeto da visualidade em busca do movimento. Objetiva-se, de um lado, demonstrar que o ponto de chegada deste percurso inventivo da poesia visual encontra-se no salto efetuado das páginas para as telas; e de outro, rastrear as diferentes experiências realizadas neste sentido, com a incorporação das tecnologias digitais ao trabalho poético. O fio condutor do raciocínio desenvolvido prende-se à ideia de indagar de que forma o poema em novos suportes

pode ser ainda entendido como uma obra estética composta de palavras que se organizam de um modo particular, com suas leis específicas e modos de codificação denominados poéticos, de acordo com as consagradas teorias sobre o texto poético. Estuda-se, a seguir, a incorporação do movimento, cores e sons aos textos, permitida pelo uso de tecnologias digitais, investigando-se os novos paradigmas poéticos e novas denominações. Para finalizar, a partir de uma resenha crítica das teorias sobre a poesia nas telas, aborda-se a conceituação e a tipologia dos *clipoemas*, em busca de uma proposta de leitura intersemiótica, especificamente pensada para análise e interpretação dessas criações poéticas no espaço virtual das telas de todos os tamanhos.

PALAVRAS-CHAVE: Poesia Multimídia; Classificações; Tipologia dos Clipoemas; Leitura Intersemiótica.

THE INTERSEMIOTIC 'PARTY': POETRY IN MOTION ON SCREENS

ABSTRACT: Multimedia poetry is taken as an object of study, seeking to demonstrate how it gives continuity to a project of visuality in search of movement. The objective is, on

the one hand, to demonstrate that the point of arrival of this inventive path of visual poetry lies in the leap made from pages to canvas; and on the other hand, to trace the different experiences carried out in this sense, with the incorporation of digital technologies to the poetic work. The guiding thread of the reasoning developed is linked to the idea of asking how the poem in new supports can still be understood as an aesthetic work composed of words that are organized in a particular way, with their specific laws and coding modes called poetic. , according to the established theories about the poetic text. Next, the incorporation of movement, colors and sounds into the texts, made possible by the use of digital technologies, is studied, investigating the new poetic paradigms and new denominations. Finally, from a critical review of theories about poetry on canvas, we approach the conceptualization and typology of clipoemes, in search of a proposal of intersemiotic reading, specifically designed for the analysis and interpretation of these poetic creations in the virtual space of screens of all sizes.

KEYWORDS: Multimedia Poetry; Classifications; Typology of Clipoemes; Intersemiotic Reading.

INTRODUÇÃO

O aspecto visual começa a ser explorado no poema, há muitos séculos, o que permite perceber uma espécie de percurso da visualidade, que se delineia mais claramente desde a poesia barroca até a poesia visual contemporânea. Desse modo, o trabalho estético com os signos verbais foi se transformando, tendo a poesia passado, gradativamente, de uma ênfase nos componentes semânticos e fônicos, para a consideração dos constituintes visuais do vocábulo impresso na página, e, mais recentemente, para a exploração das palavras em movimento nas telas de todos os tamanhos. Hoje, o trabalho computadorizado com sequências animadas de texto evoluiu tanto que é possível reconhecer os elementos caracterizadores de uma nova linguagem poética que surge nas telas.

Nos multimeios, “fragmentos de palavras, quase-palavras, fluxos e refluxos de vocábulos” (SANTAELLA; NÖTH, 1999, p. 70) aparecem em movimento, integrados a um dinamismo espaço-temporal surpreendente, na chamada *poesia multimídia* – objeto de estudo desta pesquisa. Na referida expressão, o epíteto definidor de um certo tipo de manifestação poética específica da cibercultura é aqui usado na acepção direta do termo, referindo-se à soma de várias mídias ou suportes para a comunicação de mensagens. As várias linguagens utilizadas trabalham num processo de colagem entre palavras, sílabas e letras, diferentes fontes sonoras e uma multiplicidade de imagens em telas da era digital.

A poesia multimídia é uma “festa intersemiótica”, como afirma Haroldo de Campos em depoimento à Diana Domingues: “Pessoas que não têm o hábito de ler poesia em livros, de repente, se sentem fascinadas ao ver a poesia em movimento, em cores, em sons, em refrações, no âmbito dessa nova festa eletroacústica, eletroeletrônica” (CAMPOS In: DOMINGUES, 1997, p. 215).

Nossa hipótese é que a função poética reitera seu *status* enquanto resguarda suas

marcas e elementos visuais e sonoros em qualquer tipo de suporte. Os multimeios impõem nova roupagem ao poema, mas não retiram o essencial: o caráter ambíguo e auto-reflexivo da linguagem, que se torna mais polissêmica dadas as especificidades das novas mídias.

O *objetivo geral* é comprovar, procurando conexões entre fases embrionárias que a linguagem híbrida da poesia multimídia, com seus signos intercambiantes entre o verbal e o icônico, ainda continua poesia, ao conservar suas marcas em qualquer suporte, reiterando sua identidade, seja no papel, no computador ou nas telas.

O *primeiro objetivo* específico é detectar os elementos constitutivos do poema que persistem em ambientes polissêmicos e confirmam as marcas fônicas e visuais do signo verbal, sendo que este, mesmo hibridizado, transformado e manipulado, preserva sua identidade, uma vez que mantém suas leis específicas e modos de codificação denominados poéticos. O *segundo objetivo* é comprovar que as novas mídias digitais vieram concretizar o movimento das palavras no espaço, o que sempre foi fundamental para a configuração do que, à distância, se pode reconhecer como percurso de revelação da visualidade no poema. Decorrem desse contexto as múltiplas denominações que são atribuídas à poesia quando salta das páginas para as telas, tais como poesia multimídia ou poesia eletrônica; em suas modalidades: infopoema; videopoema, *tecno-poema* ou clipoema.

A PREVALÊNCIA DA FUNÇÃO POÉTICA DA LINGUAGEM

O conceito da função poética descrita por Roman Jakobson¹ sustenta nossa hipótese de que o texto poético reitera sua especificidade, ao mesmo tempo que conserva suas marcas sógnicas em qualquer tipo de suporte. Para efetuar uma aproximação a conceitos mais contemporâneos, importa considerar como a teoria linguística jakobsoniana sobre a função poética da linguagem foi traduzida em termos semióticos por Décio Pignatari:

A LINGUAGEM VERBAL / PARTICULARMENTE A LINGUAGEM SIMBÓLICA
PEIRCEANA/ ADQUIRE A TÃO-FALADA FUNÇÃO POÉTICA, QUANDO UM
SISTEMA ICÔNICO LHE É INFRA, INTRA E SUPER IMPOSTO. O corolário
disto: ... quando uma sintaxe analógica é superposta a uma sintaxe lógica.
(PIGNATARI, 1979, p. 114)

O autor salienta que, como a justaposição de elementos própria da sintaxe analógica, ou seja, a construção paratática, tende a destruir a linearidade, cria-se um movimento decorrente da organização sonora que se reflete na organização espacial, o que faz com que, num poema, as rimas e ritmos sejam ícones.

O crítico toca num ponto essencial para o entendimento do fenômeno poético contemporâneo: a desautomatização do trabalho com os signos verbais, seja na instância de criação, seja na leitura dos textos poéticos. Em resumo, como diz Pignatari, como um

1 Para o linguista russo, cuja teoria, prestigiada e disseminada no Ocidente, já está consolidada como clássica, a poesia é oriunda da projeção do eixo paradigmático sobre o eixo sintagmático, ou seja, é o resultado da superposição dos princípios da similaridade e da equivalência, sobre a contiguidade da sequência verbal. (JAKOBSON, 1970, p. 123-130)

ser de linguagem, o poema é um processo de transcodificação semiótica porque

Rompe a chamada linearidade do discurso, na medida mesma em que é ambígua, pois que a ambiguidade do signo poético resulta de este ser *um signo em profundidade* – um signo que se afasta do automatismo verbal, um signo vertical espesso, cuja espessura resulta de camadas de signos embutidos em palimpsesto, gerando simultaneidade de informação e tendendo a ou sendo um ideograma - um ícone. (PIGNATARI, 1979, p. 72)

Segundo a semiótica peirceana (PEIRCE, 1990, p. 51-76), o signo verbal é *simbólico* - pois representa seu objeto por força de uma convenção, norma ou lei; o *signo indicial* indica ou aponta para seu objeto; enquanto o *signo icônico* representa seu objeto por similaridade e corresponde, portanto, a uma sensação, a uma percepção livre de condicionamentos. Vale dizer que, para Peirce, o *ícone* é um tipo de signo que representa seu objeto por similaridade, correspondendo, portanto, ao *likeness* - forma pura do reconhecimento do mundo – o que, em termos linguísticos, corresponderia a um signo motivado; enquanto o signo verbal é um *símbolo* – um tipo de signo decorrente de uma convenção – e que, portanto, sob a perspectiva linguística, seria um signo arbitrário.

Pelo exposto, vê-se que a *questão do ícone* é central neste trabalho, quer diga respeito às imagens visuais ou figuras, quer seja no que tange aos constituintes icônicos do signo verbal. É nesse sentido que o estudo da visualidade ligada ao movimento e ao som na poesia multimídia justifica a opção pela base teórica de cunho intersemiótico.

UMA TRANSLEITURA DA VISUALIDADE LIGADA AO MOVIMENTO NAS TELAS

As modalidades da poesia multimídia, como por exemplo os infopoemas, os *videopoemas* ou os *clipoemas*, são obras que podem apresentar os signos verbais em sequências e/ou fragmentos programados pelos poetas de hoje - *designers* do espaço da tela – em linhas retas e curvas, espirais, elipses, geometrismos e ainda uma infinidade de formas, além da exploração das cores - todas elas geradoras de sentidos que se agregam aos significados dos vocábulos.

O termo *videopoema* (grafado com ou sem hífen) tem sido usado, no Brasil e em Portugal, desde os anos 1980, quando ocorreram algumas experiências pioneiras com a poesia nas telas dos computadores ou das televisões.

O termo *clipoema*, por sua vez, liga-se às experiências realizadas por *videomakers* e artistas que trabalhavam com a computação gráfica, na transcrição de poemas concretos para os novos suportes, no início da década de 1990. O vocábulo - numa associação com *videoclip* - passa a ser empregado em entrevistas e artigos, da época, por Augusto de Campos, Décio Pignatari, Walter Silveira, Júlio Plaza, entre outros (com ligeiras alterações na grafia). Oficialmente, o termo é usado, pela primeira vez no Brasil, em 1994, na sexta

edição do *Perhappiness*,² que exibiu clipoemas feitos a partir de textos de Paulo Leminski. Do programa do evento, denominado AGOSTODOPOETA, consta o fragmento abaixo:

03 / 09 ÀS 20 H CINE RITZ UMA SUÍTE DE TEXTOS DE PAULO LEMINSKI
ENCENADA NUM REVEZAMENTO DE PAPÉIS E LINGUAGEM POR ANTÔNIO
SARAIVA E PAULA NESTOROV CENÁRIO IARA TEIXEIRA APRESENTAÇÃO
DAS PÁGINAS PERHAPPINESS POEMA-CARTAZ **CLIPOEMA** [Grifo nosso]
ÁUDIO-POEMA TELE-POESIA OUÇA LEMINSKI CARTUCHOS POÉTICOS

(Programa do *Perhappiness* - 1994)

Indubitavelmente, a conquista mais importante é o movimento, que já existia de maneira latente no poema visual e, agora, passa a ser incorporado à poesia multimídia. Além disso, as novas coordenadas cinéticas, integradas aos recursos sonoros e à simbologia das cores, vão estabelecer uma inédita relação entre aquilo que se vê/ouve e o que é absorvido pelo leitor/espectador.

O que importa é que, nesses jogos entre o verbal e o visual, com a interferência dos recursos sonoros e cromáticos, o significante acaba ganhando movimento. Entendemos que a poesia sempre esteve associada à idéia de movimento, não só no plano dos conteúdos, mas também em termos significantes, uma vez que a divisão de um poema em estrofes, o estribilho, as rimas e as sonoridades expressivas não se dirigem apenas ao ouvido, mas também ‘*conduzem o olhar*’ do leitor de poesia. As rimas, por exemplo, implicam uma leitura vertical, ou, pelo menos, a percepção dessa distribuição das massas fônicas no espaço do poema. O refrão visto como uma ida que é volta, obriga o olhar do leitor a efetuar o *ritornelo*. Da mesma forma, todas as construções paralelísticas, próprias da linguagem poética, convidam a uma leitura que fuja da linearidade da sequência, uma vez que as equivalências estão em jogo. Na verdade, em suas vertentes experimentais, a poesia tornou-se, cada vez mais, uma “tensão de palavras-coisas no espaço-tempo”, como definida na teoria da poesia concreta.

O PIONEIRISMO DA INFOPOESIA

Em Portugal que, nos anos 1980, o poeta Melo e Castro teve uma ideia pioneira de lançar mão do gerador de caracteres para produzir poemas animados. Conhecido como GC, é basicamente um dispositivo concebido para gerar e inserir textos de diferentes tamanhos, tipologias e cores, sobrepondo-os ou não a imagens preexistentes. Atualmente, os dispositivos utilizados na produção de vídeo permitem ao operador/criador uma infinidade de intervenções nas letras, palavras ou textos inteiros, viabilizando a manipulação da tipografia ou distorcendo-a, criando fusões e animações com imagens, às quais podem ser integradas formas e cores em movimentos que apenas o novo espaço das telas pode oferecer. Esse processo de transformação das palavras se revela uma importante ferramenta para o poeta

² Neologismo criado por Paulo Leminski que dá nome evento anual da Fundação Cultural de Curitiba, dedicado à literatura.

que procura os novos meios visando produzir um discurso iconizado e almeja transitar nos diversos campos semióticos que a mídia eletrônica oferece para efetivamente transcriar a poesia, adequando-a à cibercultura. Estudioso da obra de Melo e Castro, o brasileiro Jorge Luiz Antonio, também poeta, afirma que

É conveniente lembrar que a ordem imagens com palavras é intencional: há um predomínio de imagens que são construídas com poucas palavras. É a intenção do poeta, que se propõe a «escrever» com imagens virtuais, e, com isso, cria a linguagem infopoética.(...) As imagens com palavras, que são estáticas no papel e no monitor, indicam movimento através de cores e recursos de um software, o Adobe Photoshop.(...).A espacialidade, ou seja, o uso dos espaços com preenchimento de imagens e/ou palavras, se faz, também, num espaço limitado (retângulo, de um modo geral), estático, mas que indica movimento (ANTONIO [http:// www. pucsp.br/~cimid/4 lit/antonio/ infopoe](http://www.pucsp.br/~cimid/4%20lit/antonio/infopoe)).

Embora pareça, não é mais um poema visual que foi adaptado no computador. Já é uma poesia digital que é criada no computador, com os recursos e os limites dessa máquina, pois há um procedimento eletro-eletrônico que conforma esse produto de maneira diferenciada. Segundo Antonio, é possível observar que o conjunto de infopoesias de Melo e Castro, por exemplo,

[...] transmite mensagens, provoca sensações, desperta emoções, mesmo que não verbalizáveis ou claras, por meio das cores, formas, luzes, palavras, indicação de movimento, até pelo inusitado uso infopoético da linguagem verbo-visual-digital. É o discurso verbal-visual-digital subjetivo de um ser humano que decide fazer um uso criativo-artístico de um software como operador-poeta(ANTONIO, [http:// www. Pucsp.br/~cimid/4 lit/antonio/infopoe](http://www.Pucsp.br/~cimid/4%20lit/antonio/infopoe)).

Na infopoesia, procedimentos verbais e visuais fundem-se numa nova proposta visual, que é produzida dentro dos limites e recursos de um editor de imagens que simula a realidade através de outros parâmetros.

Os infopoemas, ao atingirem graus de complexidade estrutural e perceptiva de outro modo impossíveis de alcançar, são, muito provavelmente, uma outra coisa que nada tem a ver com a poesia como ela é convencionalmente entendida. A presença do computador, com a sua tecnologia específica, através do **software** escolhido, acrescenta, determina, conforma, altera, refaz, condiciona, e também aponta novas possibilidades criativas, que, de outra forma, não seriam possíveis (CASTRO, 1998, p.19).

Tendo ministrado cursos sobre a infopoesia em universidades brasileiras e publicado seu livro de Infopoemas *Algoritmos*, em São Paulo, pela Musa Editora, em 1998, Melo e Castro apresenta os frutos das sementes por ele lançadas no artigo *Novos infopoetas de São Paulo*, publicado na Revista Internacional de Poesia: *Dimensão*, 28/29, em 1999.

A POESIA NAS MÚLTIPLAS TELAS

Temos claro que, diante das produções artísticas próprias da cibercultura, faz-se

mister conhecer as linguagens operativas e as linguagens expressivas dos artistas digitais, que gravitam ao redor dos computadores e sinalizam o surgimento de uma comunidade estética convencida de que a tecnologia é uma força positiva e fértil. É esta a direção apontada por Lúcia Santaella:

Por volta de 1994, uma novidade no mundo das linguagens começou a ferver no Brasil: a multimídia, o hipertexto e a hipermídia. Mesmo nos ambientes acadêmicos, sempre mais conservadores, alguns estudantes e professores, com as antenas voltadas para onde sopram os ventos dos novos tempos, já se adiantavam na exploração dessa linguagem como que adivinhando a proeminência de sua presença daí para a frente (SANTAELLA, 2001, p. 23).

Nosso propósito é realizar um tipo de exercício de pensar a técnica no terreno artístico, nesse movimento incessante, mais dialógico do que dialético, que configura a cibercultura. Desse modo, procuramos perceber as atitudes que oscilam, entre a utilidade e a funcionalidade estética, num misto, tanto de fascínio pela potência dos novos meios, quanto de receio das transgressões por eles possibilitadas.

Tendo sido desde sempre, avessas ao controle das relações lógicas, próprias do signo verbal, tanto na instância de criação quanto na recepção, as mensagens poéticas apresentam-se, cada vez mais, como mutáveis e dificilmente controláveis. Nelas, a sensorialidade substitui a inteligibilidade, a ambiguidade e o impulso lúdico sobrepõem-se à razão. É assim que elas fascina, evocam, seduzem, provocam e surpreendem o leitor, que é solicitado a renovar constantemente seu repertório.

Desse modo a iconografia torna-se significativa, pois o referente deixa de ser percebido como um sistema conceitual coerentemente organizado pela linguagem verbal, para tornar-se uma experiência projetiva. Qualquer disposição espacial dos vocábulos ou de seus fragmentos valoriza, necessariamente, os campos semânticos explorados e instaura um jogo dialético entre as possibilidades significativas do poema, que incorpora elementos indiciais e icônicos (motivados) ao caráter simbólico (arbitrário) do signo verbal.

A pesquisa dos contornos das emergentes poéticas tecnológicas levou-nos a definir que, quando a poesia ultrapassa o espaço material da página e incide no espaço virtual das telas, o que importa é investigar os procedimentos estéticos que envolvem homologias, similaridades e correspondências entre os diversos códigos utilizados. Nesse sentido, partindo do entendimento do fenômeno poético como uma interação formal e conceitual que se apoia nas equivalências, procuramos enfatizar como os aspectos icônicos dos signos verbais são recriados nas telas (de vídeo ou computador) com as ferramentas multimidiáticas.

Deduzimos que, para um cliopoema ser considerado realmente '*poético*', todos os elementos dos demais códigos explorados (visuais, cromáticos, gestuais, acústicos, musicais, cinéticos, cinematográficos, televisivos e assim por diante) devem integrar-se adequadamente aos signos verbais, de forma que o princípio da seleção, regido pelas

equivalências, projete-se sobre a sequência., de acordo com a concepção jakobsoniana da função poética da linguagem. Vale dizer, é preciso que se dê a conhecer um projeto de organização poética em um universo plurissignico, no qual a seleção seja um dos princípios estruturantes básicos, de modo a permitir a necessária atualização, em termos espaço-temporais, das marcas da poeticidade, com a inserção da dimensão cinética.

Para iniciar nossa tentativa de sistematização, em busca de uma possível tipologia das produções poéticas multimidiáticas, citamos a resenha do livro *Tecno-Poesia e realtã virtuali: storia, teoria, esperienze tra scrittura, visualità e nuovi media*. (*Tecno-poesia e realidades virtuais: história, teoria, experiências com escritura, visualidade e novos meios*), de Caterina Davinio, publicado em 2002; resenha esta feita pelo poeta e tradutor para o português da obra bilingue, Jorge Luiz Antonio. Considerado pelo autor um relevante registro da poesia internacional, com um estudo teórico e uma catalogação de obras nos meios eletrônico-digítals, o livro contém verbetes de cento e trinta artistas³ de diversos países. Antonio explica que a grande maioria dos autores citados no livro têm suas obras na *WEB*, o que será um convite para o leitor interessado em poesia eletrônica, bem como uma oportunidade para conhecer os conceitos e denominações mais atualizados sobre o assunto.

Para o crítico brasileiro, a autora propõe uma subclassificação conceitual e exemplificada da *tecno-poesia* no mundo, segundo ele, um termo geral que abrange as poesias experimentais que utilizam as tecnologias do vídeo, da holografia, do filme, do computador e da *Internet*, mas que também realizam ações performáticas num espaço físico:

[...] esse conceito abrange três grandes categorias: computer poetry, hipermídia e Internet em suportes como o CD-ROM ou a web; performance e performer; e vídeo. Mais do que isso, Caterina propõe o nome de tecno-poesia como um termo geral a essa poética, a exemplo de "new media poetry" (Eduardo Kac e outros), "e-poetry" (Glazier), poetécnica (Plaza e Tavares), cybertext poetry (Cayley, Funkhouser, e outros), dentre outros (ANTONIO, Jorge Luiz. Estudo e mapeamento da tecno-poesia. A Fonte - revista de arte, Curitiba, abril, 2003. Disponível em: www.fonte.ezdir.net].

Diante da denominação geral *tecno-poesia* tem-se, portanto, esquematicamente:

1) *computer poetry, hipermídia e Internet* (em suportes informáticos); 2) *performance e performer*; 3) *videopoesia*.

Muito embora o segundo tipo proposto – *performance e performer* – fuja aos propósitos deste estudo, o primeiro e o último nos interessam diretamente, ligados que estão ao que consideramos como poesia multimídia.

3 Dentre ele, os brasileiros: Alckmar Luiz dos Santos, Álvaro Andrade Garcia, Arnaldo Antunes, Augusto de Campos, Cesar Meneghetti, Eduardo Kac, Gilberto Prado, Jorge Luiz Antonio, Lucia Leão, Philadelpho Menezes Neto, Regina Célia Pinto, Wilton Azevedo.

OS CLIPOEMAS: UMA TENTATIVA DE SISTEMATIZAÇÃO

Uma vez esclarecidos alguns conceitos relativos a todas estas práticas poéticas da atualidade, passamos à sistematização pretendida, com o fito de estabelecer uma *nova tipologia das manifestações poéticas em multimeios*.

Ressaltamos que, enquanto as distinções propostas por Davínio e avalizadas por Antonio, referidas acima, partem do *suporte*, nós adotamos outro ponto de vista: o critério do *componente tecnológico utilizado*, para o estudo da poesia multimídia. Esse viés, que privilegia os modos de criação e não os meios de veiculação das produções poéticas, permite-nos estabelecer uma nova tipologia, no que diz respeito à *poesia tecnológica ou tecno-poesia* que se produz hoje, mais especificamente, no Brasil.

Acreditamos, portanto que, *quanto aos modos de criação*, a poesia tecnológica pode ser basicamente de três tipos, que assim denominamos: ***cine-videopoesia, infopoesia e poesia multimídia***.

De início, dois tipos podem ser destacados:

Tipo 1. ***Cine-videopoesia*** – Trata-se de uma linguagem próxima à do cinema e da TV porque usa exclusivamente as câmeras. Nesse tipo de poesia tecnológica, o verbal é associado às imagens, numa interação contínua e motivada.

Tipo 2. ***Infopoesia ou computer poetry***- São produções poéticas exclusivamente ligadas aos computadores, em que se enfatiza o uso de computação gráfica.

Entretanto, mesmo considerando apenas as primeiras obras realizadas na área, vemos que essa já seria uma divisão radical. Hoje, o que se percebe é a hibridação tecnológica, independente do suporte, o que nos leva a identificar uma terceira forma poética:

Tipo 3. ***Poesia multimídia*** - São obras que tratamos aqui, indistintamente, como *videopoemas* ou *clipoemas* e que são exibidas tanto nos monitores dos computadores como nas telas de cinema ou TV. Nesse caso, consideramos que o termo *poesia multimídia* pode abranger as produções atuais, nas quais se verifica a mescla de câmeras e recursos de computação, para criar textos poéticos a serem vinculados nos mais diferentes meios.

Chegamos à identificação destes três tipos de poemas tecnológicos, no momento em que tivemos oportunidade de ver o maior número possível dessas produções poéticas realizadas com os mais diversos componentes tecnológicos e, hoje, exibidas nas telas e/ou monitores dos computadores.

Constatamos que os clipoemas, sendo um tipo específico de poesia multimídia, não se restringem apenas ao âmbito das câmeras, embora apresentem ainda marcas da linguagem cinematográfica, mas também refletem o universo midiático da TV e do computador que, em nossa época, redimensionam cada vez mais o *'ato de olhar'* um texto artístico. Decorrente da dinâmica transformação dos meios e das mensagens transmitidas,

o fenômeno é impulsionado pela pluralidade de signos visuais que a cultura pós-moderna cultiva.

No suporte de materialização da mídia eletrônica, os campos podem ser trabalhados de maneira sincrônica ou assíncrona, uma vez que a ideia de cada poema, diferentemente de uma mera criação de animação de textos, com imagens e sons gratuitos, está sendo pensada de modo que se possa vir a explorar a integração motivada desses fragmentos. Assim, o que antes era impensável no seu suporte tradicional - o papel - passa a oferecer infinitas possibilidades de relações nos novos suportes: música e texto, imagem e texto, ruído e texto, animação e texto ou cor e texto. Além de serem exploradas em sua tipologia, as letras ganham movimento e podem, até mesmo, aglutinar-se, formando imagens puras, sem nenhuma referência verbal; ou seja, entre o verbal e o visual, o significante passa a informar por si mesmo, desvinculando-se do significado que lhe é convencionalmente imputado. O que se observa nessas apresentações dinâmicas são as sugestões de imagens indiciais e icônicas, que são videográficas por excelência.

Quanto aos *modos de apresentação*, observe-se que o registro verbal nas telas ou monitores pode apresentar-se de modo estático ou dinâmico.

No caso das *apresentações estáticas*, vê-se o poema todo grafado como se a tela fosse uma página impressa, muitas vezes sobre uma imagem de fundo. São obras que se afastam das propostas dos novos suportes e que não consideramos como poesia multimídia, muito embora sejam as mais frequentemente encontradas em sites da *WEB*.

No caso das *apresentações dinâmicas*, que constituem a especificidade do poema multimídia, vemos três possibilidades ou tipos de registro:

Primeiro tipo: Sugestão de imagens - Consiste nas aglutações sucessivas de letras e sílabas. São clipoemas que trabalham exclusivamente fragmentos dos vocábulos e nos quais os elementos sónicos em movimento sugerem palavras, formas e/ou imagens.

Segundo tipo: Sequência de imagens - Consiste em expressões ou vocábulos justapostos, num tipo especial de montagem em que novas significações vão surgindo e sendo substituídas nas sequências permutativas com os signos verbais. Há sempre um retorno, um tipo de “*refrão eletrônico*”, para reforçar os motivos básicos do poema.

Terceiro tipo: Intersemiose - Consiste na integração de imagens não-verbais aos signos verbais dinamicamente apresentados. Nesse caso, observa-se a utilização dos seguintes recursos: figuras de câmera, fotografias, desenhos, gravuras, pinturas; imagens sintéticas; animação e outros.

Diante do hibridismo que aparece nas relações entre o texto escrito e a imagem, especialmente na TV e nas múltiplas telas atuais, já se configura uma espécie de gramática que diz respeito aos tipos de função da imagem em relação à fala: função condutora, substitutiva, complementar, subordinada, ilustrativa, etc..

Disso se pode concluir que o código hegemônico deste século não está na imagem, nem na palavra oral ou escrita, mas nas suas interfaces,

sobreposições e intercursos, ou seja, naquilo que sempre foi do domínio da poesia. De fato, é na poesia que os interstícios da palavra e da imagem visual e sonora sempre foram levados a níveis de engenhosidade surpreendentes (SANTAELA; NÖTH, 1999, p. 69).

Ressaltamos que, tanto quando o texto impresso é pré-existente, tanto quando a criação poética é elaborada especificamente para os novos suportes, um clipoema é um processo intersemiótico. Assim sendo, para analisar e interpretar um clipoema, importa considerar os *passos de um procedimento intersemiótico*, que sistematizamos abaixo:

1. Apreensão das estruturas básicas do primeiro texto (quando o poema impresso pré-existe) e projeto de sua organização em um universo sógnico diferente.
2. Captação analógica (icônica) das principais metáforas ou imagens do primeiro texto, em busca das homologias (a:b :: c:d), não da identidade.
3. Preenchimento paradigmático das *vigas-mestras* do texto original, ou seja, seleção dos temas ou dos seus motivos estruturantes básicos.

Reforçamos ainda que, em qualquer dos casos, torna-se imprescindível:

- a. A busca dos efeitos conotativos, sugestivos ou implícitos, para a reprodução adequada dos princípios de organização texto (adequação intra e intertextual);
- b. a atenção às equivalências e relações possíveis entre os códigos em questão;
- c. a observação das equivalências entre os estilos em questão;
- d. a pertinências das opções oferecidas pelos recursos técnicos.

É preciso lembrar que um clipoema é um trabalho resultante do binômio arte e técnica. Seu primeiro estágio é *grafo-pictórico*, ou seja, o poema escrito (grafado) dá origem a uma concepção de sua realização tecnológica, o que é registrado num *storyboard*. A partir dessa espécie de roteiro para ver a sequência das imagens a serem produzidas (em computador e/ou com o uso de câmeras) fica estabelecido um *outline*, uma espécie de esqueleto ou arcabouço da obra. Com base no *storyboard* e no *outline*, inicia-se o processo de produção do clipoema – um trabalho de computação gráfica e de edição sonora. O clipoema passa ainda por uma pós-produção, onde se verifica a adequação do produto final à proposta estética apresentada inicialmente. Dependendo da complexidade técnica da obra, o poeta precisará de uma equipe menor ou maior para a produção de seu clipoema.

Os recursos da computação gráfica proporcionam uma dinâmica diferente daquela interação que se tem ao ver um filme ou um programa de TV. Trata-se de um tipo de movimento inédito em termos da arte cinética. Os movimentos dos elementos audiovisuais são bem mais complexos, não são retilíneos, nem centrados (não mais giram em torno de motivo visual ou sonoro). Isso significa que são previstos pelo autor-programador em termos da multiplicidade de conexões, das múltiplas ramificações e conexões que *vão se apresentar (não mais representar algo objetivo)* a cada receptor consciente da dinâmica temporal do texto e da sua virtualidade interativa. Os graus dessa interação variam de

acordo com o uso simples ou mais intensificado da mão com o *mouse* ou com os controles, até um alto grau de *interatividade mental*, ligada ao repertório do receptor. De qualquer modo, opera-se um confronto permanente entre a criação e a recepção da mensagem, pois a expectativa gerada já faz parte do repertório do espectador-leitor-fruidor, que demanda por rapidez, síntese e qualidade da informação estética em multimeios.

Outro aspecto a ressaltar é o *uso das cores* como deflagradoras de relações intersemióticas. Em todas as modalidades acima referidas, as cores são opcionais e sempre significantes. A reação do indivíduo à cor não tem fronteiras espaciais, temporais ou linguísticas; isso porque, sendo a cor uma linguagem individual, o homem reage a ela de acordo com suas condições físicas e influências culturais, ou seja, seu repertório. São três as ações exercidas pela cor sobre o indivíduo: impressiona ao ser vista (dimensão icônica), expressa ao provocar uma reação (dimensão indicial) e tem capacidade de construir uma linguagem que comunica uma ideia (dimensão simbólica).

A metodologia de análise intersemiótica de um clipoema tem por base as três essas três dimensões, que vão da experiência mais imediata e livre - em primeiridade -, passando pela reação indicial em secundidade, para chegar à abstração da terceiridade - com seu caráter simbólico, definido por força de uma convenção. Após a primeira fase da *percepção qualitativa e sensória* do texto na tela (um momento descompromissado, de pura fruição), o leitor-espectador passa dessa recepção intuitiva a uma *reação* diante das informações recebidas. Essa reação já é uma espécie de interatividade, pois o leitor-espectador percebe novos signos indiciais e passa a um outro nível de consciência, diante dos indicadores dos caminhos a serem percorridos na decodificação do texto.

Na última etapa da análise - a *interpretação* - o receptor do texto multimídia envolve-se com o processo técnico e ativa seu repertório. Pode-se dizer que ele se torna uma espécie de interautor, aquele que interage com a multiplicidade do texto, que entende a razão do interrelacionamento das linguagens, naquela trama multimídia que é um clipoema.

À GUIA DE CONCLUSÃO

Enfatizamos que um clipoema, tanto quanto um poema impresso, tem um potencial para ser interpretado nas palavras que o compõem. As palavras estão lá, com toda sua carga de significação. No momento da leitura, dá-se a atualização, nas três dimensões: a psicológica ou emocional (qualidade), a física ou mental (ação/reação) e a lógica ou convencional (uma lei internalizada), que depende da experiência e do hábito (ou das mudanças de hábito).

Obviamente o saber técnico, o conhecimento das gramáticas tecnológicas, principalmente no nível do *software*, potencializa uma recepção mais refinada; mas, de qualquer modo, trata-se da questão do repertório, fator do qual depende a qualidade e abrangência de qualquer processo interpretativo diante de qualquer tipo de produção

estética.

REFERÊNCIAS

ANTONIO, Jorge Luiz. *Estudo e mapeamento da tecno-poesia. A Fonte - revista de arte*. Curitiba, abril, 2003. Disponível em: www.fonte.ezdir.net Acesso em jul 2022

_____. **Um conceito de Infopoesia**.Disponível em <https://www.pucsp.br/~cimid/4lit/antonio/infpoe.htm>

_____. **Os gêneros das poesias digitais**. Site do Escritor, Rio de Janeiro, RJ, 2001.

CAMPOS, Haroldo de. *Depoimento sobre arte e tecnologia: o espaço intermiótico*. In: DOMINGUES, Diana. **A arte no século XXI: a humanização das tecnologias**. (Org.). São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997. p. 207-215.

CASTRO, E. Melo e. **Poética dos melos e arte hight tech**. Lisboa: Veja, 1988.

CASTRO, E. Melo e; GOTLIB, Nádia. **O fim visual do Século XX**. São Paulo: Ed. USP, 1993.

CASTRO, E. Melo e. *Novos infopoetas de São Paulo*. Revista Internacional de Poesia: **Dimensão**, vol. 28/29. Uberaba: Ed. Artes Gráficas, 1999.

DAVINIO, Caterina. *Tecno-Poesia e realtà virtuali: storia, teoria, esperienze tra scrittura, visualità e nuovi media*. Mantova, Itália : Someti, 2002.

GUIMARÃES, Denise. **A poesia crítico-inventiva**. Curitiba: SEC/BPP, 1980.

_____. **Comunicação tecnoestética nas mídias audiovisuais**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. *Poesia multimídia: uma leitura do vídeo Nome, de Arnaldo Antunes*. **Anais do XV Encontro Nacional da ANPOLL**. Niterói.2.000. (CD-Rom)

_____. *O papel mediador da atividade poética entre a Arte e a Tecnologia*. **Anais do Seminário XIV Nacional da ANPOLL**. Campinas: Ed. UNICAMP.1998. (CD-Rom)

JAKOBSON, Roman. **Linguística e Comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1970.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas e pós-cinemas**. Campinas: Papirus, 1999.

_____. **Máquina e imaginário. O desafio das poéticas tecnológicas**. São Paulo: EDUSP, 2001.

MENEZES, Philadelpho. **Poética e Visualidade**. Campinas: Editora da Unicamp, 1991.

_____. Org. **Poesia Intersignos**. São Paulo: CCSP, 1985.

PEIRCE, Charles Sanders. **Escritos coligidos**. São Paulo: Nova Cultural, 1989.

_____. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1990.

PIGNATARI, Décio. **Semiótica e literatura**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

_____. **Comunicação Poética**. São Paulo: Cortez & Moraes, 1979.

_____. **Informação, Linguagem, Comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1971.

PLAZA, Julio. **Tradução intersemiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica e mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1998.

MUSICOTERAPIA E ENVELHECIMENTO ATIVO: RELATO DE UMA EXPERIÊNCIA

Data de aceite: 01/11/2022

Laura Tinoco de Paula Ramos

Marcia Cirigliano

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Pós-Graduação em Musicoterapia do Conservatório Brasileiro de Música – UNICBM – Centro Universitário.

RESUMO: O presente artigo tem por objetivo relatar as atividades realizadas em oficinas musicoterápicas da Universidade da Maturidade, Macaé – RJ, tendo em vista os benefícios que a Musicoterapia proporciona para as pessoas que estão em processo de envelhecimento. As oficinas reúnem indivíduos a partir dos 50 anos (provavelmente pelo crescente aumento de patologias reportadas à vida senil ocorrerem em idade precoce), uma vez por semana, com a duração de uma hora e quarenta minutos. A partir de atividades lúdicas como: jogos musicais, brincadeiras cantadas, práticas corporais e outras, observou-se boa participação de todo o grupo, promovendo a circulação dos laços sociais. Buscando oferecer melhor qualidade de vida aos participantes, as oficinas musicoterápicas

apresentam estratégias e recursos para estimulação das áreas cognitiva e motora, a partir da memória afetivo-musical. Utilizam-se algumas técnicas musicoterápicas como desencadeadoras do processo terapêutico, tais como: Recriação, Audição e Improvisação. A Musicoterapia, nas oficinas, atua como um suporte preventivo social visando estabelecer vínculos entre os indivíduos do grupo, que buscam um envelhecimento ativo entre todos os desafios e necessidades acarretadas nesta etapa da vida. Entre os vários objetivos do envelhecimento ativo estão a participação e a autorrealização que podem ser alcançados através do trabalho musicoterapêutico. Este forneceu resultados positivos quanto à autoaceitação, a socialização e a manutenção de habilidades cognitivas apresentados e discutidos neste artigo.

PALAVRAS-CHAVE: Musicoterapia, qualidade de vida, envelhecimento ativo.

1 | INTRODUÇÃO

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), até 2025, o Brasil será o sexto país do mundo em número de idosos. Ainda é grande a desinformação sobre a

saúde do idoso, suas particularidades e os desafios do envelhecimento populacional para a saúde pública em nosso contexto social. A expectativa média de vida também aumentou acentuadamente no país. No entanto, este aumento do número de anos de vida, precisa ser acompanhado pela melhoria ou manutenção da saúde e qualidade de vida.

Há cada vez mais, uma busca pelo bem estar, levando o indivíduo a se preocupar com fatores relacionados à saúde e doença. Tal fato tem alavancado uma grande quantidade de pesquisas, que trazem inovações quanto às práticas geradoras de melhor qualidade à saúde da população.

Assim, terapias complementares, como a musicoterapia, podem atuar tanto no aspecto de prevenção das doenças, quanto no tratamento ou cura das mesmas.

Neste artigo apresentaremos atividades realizadas em âmbito universitário, notadamente na Universidade da Maturidade, em Macaé- RJ. Inicialmente, contextualizaremos a população idosa tanto de modo geral, como enquanto participante de atividades musicoterápicas. Em seguida, descreveremos tais atividades e sua contribuição para um envelhecimento mais saudável. Finalmente, pretendemos promover discussões quanto ao envelhecimento ativo destacando a importância da musicoterapia. Esta busca, a partir do resgate da música do indivíduo e do grupo, propicia um lugar para o encontro deste com suas próprias vivências, reintegrando-o socialmente.

2 | O IDOSO E O ENVELHECIMENTO ATIVO

A população mundial está envelhecendo e, segundo as estatísticas da Organização Mundial da Saúde, em 2025 teremos aproximadamente 840 milhões de pessoas idosas, ou seja, 70% da população mundial (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2005, p. 11).

Uma das maiores conquistas culturais de um povo em seu processo de humanização é o envelhecimento de sua população, refletindo uma melhoria das condições de vida. De acordo com projeções do Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA), uma em cada nove pessoas no mundo tem 60 anos ou mais e, por volta de 2050 estima-se que essa proporção chegará em uma a cada cinco pessoas, significando também que haverá mais idosos que crianças menores de 15 anos. Em 2012, 810 milhões de pessoas tinham 60 anos ou mais, constituindo 11,5% da população global. O Fundo projetou, ainda, que esse número alcançará a marca de 1 bilhão em menos de dez anos, possivelmente dobrando até 2050, o que representará 22% da população global (FUNDO DE POPULAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 2012).

Novas necessidades foram sendo apresentadas pela pessoa que está em processo de envelhecimento, como de autonomia, mobilidade, acesso a informações, serviços, segurança e saúde preventiva. A fim de atender a essas novas expectativas, foram estruturados nos últimos trinta anos instrumentos legais que garantem proteção social e ampliação de direitos às pessoas idosas, num esforço conjunto de vários países.

As Nações Unidas estabeleceram um padrão de idade de 60 anos, para descrever pessoas “mais velhas”. Essa idade pode parecer baixa no mundo desenvolvido e nos países em desenvolvimento, onde houve um grande aumento na expectativa de vida. Porém, a idade cronológica não é um marcador definitivo e equalizador para as mudanças que acompanham o envelhecimento, pois existem variáveis que dependem do estado de saúde, participação e níveis de independência entre pessoas mais velhas que têm a mesma idade. Nesse sentido, políticas sociais e programas baseados somente na idade cronológica podem ser contraproducentes e discriminatórios para o bem-estar dos indivíduos nesta faixa etária. Portanto, essas variáveis precisam ser consideradas (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2005, p. 6).

Deve-se levar em consideração também as condições biológicas, intimamente relacionadas com a idade cronológica, traduzindo-se por um declínio harmônico de todo conjunto orgânico, tornando-se mais acelerado quanto maior a idade. Naturalmente as funções cognitivas começam a falhar, apresentando problemas de atenção, memória, concentração e orientação, podendo haver a perda da autonomia e independência. Assim, gradativamente, mudanças físicas, psicológicas e sociais acometem a pessoa em processo de envelhecimento.

No entanto, é importante incluir as funções cognitivas no conceito de envelhecimento saudável e ativo, pois sua preservação é essencial para a manutenção da autonomia. “As intervenções para a estimulação cognitiva podem ajudar a promover a resiliência e aumentar a qualidade de vida e, portanto, o envelhecimento saudável” (MALLOY-DINIZ; FUENTES; COSENZA, 2013).

A resiliência, que é a habilidade de se adaptar de forma positiva aos acontecimentos adversos, pode ser útil na elaboração de estratégias para promover um melhor enfrentamento das adversidades no envelhecimento.

Simone de Beauvoir lutou para dar voz e trazer maior compreensão social sobre o fenômeno do envelhecimento a partir da década de 70. Para a autora, a velhice não é apenas um fenômeno biológico, mas um catalizador de mudanças profundas na psique humana (BEAUVOIR, 1990). Por propor essa visão abrangente e inclusiva dos diversos aspectos que envolvem o envelhecimento, ela acreditava na contribuição que o envelhecer trazia para a coletividade social, sobretudo aos aspectos relacionados à experiência e à capacidade de julgamento, que são componentes altamente valorizados em sociedades organizadas e repetidoras (BEAUVOIR, 1990). Enquanto biologicamente faltam a força, a saúde e a capacidade adaptativa dos jovens, o envelhecimento traz um maior poder de julgamento e execução, que são habilidades influenciadas diretamente pelas experiências vividas e pelas memórias (BEAUVOIR, 1990).

Uma forma de ajudar pessoas a se manterem ativas e independentes à medida que vão envelhecendo e de melhorar a sua qualidade de vida pode ser encontrada no conceito de “envelhecimento ativo”, que foi adotado pela Organização Mundial da Saúde (2005) e

aplica-se tanto a indivíduos quanto a grupos populacionais. Ele permite que as pessoas percebam o seu potencial para o bem-estar físico, mental e social ao longo da vida, que elas participem da sociedade de acordo com as suas necessidades, capacidades e desejos, com o objetivo de melhorar a qualidade de vida, mantendo a autonomia e independência, à medida que as pessoas ficam mais velhas.

3 | A MÚSICA E A MUSICOTERAPIA

Existem muitos recursos que podem auxiliar na promoção da saúde do idoso, e a música é um deles. Segundo Kenneth Bruscia, a música não é só uma forma de arte tipicamente auditiva (passiva), mas é capaz de mobilizar os sentidos do homem e produzir estímulos cognitivos, motores, comportamentais, emocionais e sociais (2000).

A música surge como uma forma de expressão e comunicação. Os sons vêm da natureza, mas a música é o homem quem faz. A música não é um objeto, mas sim uma ação do homem sobre o mundo: “ela se realiza como uma forma do homem entender, organizar, classificar, interagir, manipular, ser manipulado, construir, desconstruir, enfim, uma forma de se relacionar com o mundo” (SAMPAIO, 2005, p.22).

A música está presente em nosso cotidiano, influenciando nosso comportamento, seja numa loja ou em um elevador, onde não vemos o tempo passar, em uma festa ou em qualquer lugar onde estejamos, participando na interligação de memórias de situações passadas e na construção de novas memórias (MAGUIRE, 2012). Assim como outras manifestações culturais e artísticas, é capaz de despertar sentimentos e reviver lembranças. É um universo de significados, representações e percepções distintas, tornando possível afirmar que cada pessoa a perceberá de um modo diferente, seja qual for o nível de inteligência ou condição dessas pessoas, abrindo assim canais de comunicação para que se aumentem suas possibilidades de expressão.

A musicoterapia iniciou-se enquanto profissão e disciplina em 1950 nos Estados Unidos (BRUSCIA, 2000). Desde então, tem-se procurado aprofundar ainda mais os estudos científicos a respeito do papel da música sendo utilizada como elemento terapêutico.

Os médicos começaram a notar resultados evolutivos e progressivos de veteranos de guerra, que passavam por sessões onde escutavam músicas nos hospitais. No Brasil, a formação acadêmica surgiu somente em 1972, pelo Conservatório Brasileiro de Música do Rio de Janeiro.

A musicoterapia é uma disciplina interdisciplinar e multidisciplinar, que bebe da fonte de outras ciências, além de utilizar do principal: a música e as expressões e estímulos sonoros. Segundo Barcellos, a musicoterapia é uma disciplina que utiliza a música, e pode utilizar de vários campos que esta inclui, tais como: a Psicologia da Música, a Musicologia e Etnomusicologia, a Educação Musical, a Estética Musical, a Acústica e a Psicoacústica, a História e a Sociologia da Música para sua fundamentação (2004, p.51). Para a prática

profissional, é fundamental ter profissionais devidamente capacitados, específicos, formados e especializados no saber musicoterápico.

Uma das definições de Musicoterapia mais utilizadas pelos profissionais da área diz:

Musicoterapia é a utilização da música e/ou seus elementos (som, ritmo, melodia, harmonia) por um musicoterapeuta qualificado, com um cliente ou grupo, num processo para facilitar e promover a comunicação, relação aprendizagem, mobilização, expressão, organização e outros objetivos terapêuticos relevantes, no sentido de alcançar necessidades físicas, emocionais, mentais, sociais e cognitivas. A musicoterapia objetiva desenvolver potenciais e/ou estabelecer funções do indivíduo para que possa alcançar uma melhor integração intra e/ou interpessoal e, conseqüentemente uma melhor qualidade de vida, pela prevenção, reabilitação ou tratamento. (REVISTA BRASILEIRA DE MUSICOTERAPIA – Ano 1 – NÚMERO 2- 1996)

Segundo Millecco Filho, a musicoterapia pode ser definida como uma terapia autoexpressiva, que estimula o potencial criativo e a ampliação da capacidade comunicativa, mobilizando aspectos biológicos, psicológicos e culturais. Ele ressalta que, ao utilizarmos a música terapeuticamente, acreditamos em seu alcance e em suas possibilidades como reveladora e restauradora da alma humana (2001, p.80).

Na prática da musicoterapia há uma constante busca da Identidade Sonora de cada paciente. A identificação de tais sons é delimitada a partir da Identidade Sonora (Iso), que Benenzon (1985) conceitua como a base do processo musicoterapêutico. A Identidade Sonora é composta pelo complexo de sons que integram o todo psicofisiológico de cada indivíduo; os sons e movimentos internos que resumem nossos arquétipos e vivências sonoras gestacionais, intrauterinas e nossas vivências sonoras de nascimento e infantis até os dias de hoje. É sobre a Iso de cada paciente que o musicoterapeuta trabalha (LOURO, 2006 p.64).

Segundo Baranow (1999), na Musicoterapia utilizamos os efeitos que a música pode produzir nos seres humanos nos níveis físico, mental, emocional e social, atuando como um facilitador da expressão humana, dos movimentos e sentimentos.

Na musicoterapia preventivo-social, o atendimento em grupo é recomendado, não retirando a importância, em determinados casos, do atendimento individual. A musicoterapia busca reativar o processo de ressocialização do indivíduo potencializando a sua força criativa a partir do prazer de cantar, tocar, criar, improvisar, movimentar-se ao som das canções, partilhando experiências. A partir do resgate da música do indivíduo e do grupo, a Musicoterapia propicia um lugar para o encontro do indivíduo com suas próprias vivências, integrando-o socialmente. Para Souza (2013, p.1220), a música é um forte e poderoso canal de comunicação entre as gerações e dentro de uma época. A musicoterapia, atuando como suporte de caráter preventivo-social, visa em primeira instância, estabelecer um elo entre os participantes de um grupo, no compartilhar de experiências a partir do canal sonoro-musical. A música, com seu poder estruturador, organizador e disciplinador, atinge, justamente, o lugar da suposta perda objetiva e subjetiva que o processo natural de

envelhecimento nos impõe: o tempo.

4 | RELATO DE EXPERIÊNCIA MUSICOTERÁPICA: UNIVERSIDADE DA MATURIDADE

A Faculdade Salesiana Maria Auxiliadora de Macaé- RJ, criou um curso de extensão universitária denominado “Universidade da Maturidade - UNIMAT”, cujo objetivo é promover a saúde física e mental para um envelhecimento saudável. O público alvo são indivíduos que já se aposentaram, com mais de 50 anos, independente do grau de escolaridade. Além das disciplinas do curso (Exercícios de memória, Direito do cidadão, Grupos terapêuticos e Musicalização) são oferecidas oficinas que variam mensalmente. Dentre elas, foi incluída a oficina de musicoterapia. Cada oficina tem um encontro semanal, totalizando 4 encontros.

No primeiro encontro com o grupo de oito participantes, todas do sexo feminino, houve a busca de informações que nos levaram à uma compreensão a respeito de quais canções fizeram parte de suas trajetórias e experiências de vida, ao porquê de tais músicas serem tão significativas e a que lembranças elas remetiam. Buscamos captar o Iso Grupal (Benenzon, 1985, p.49) e estabelecer a relação terapêutica, pois só a partir desse vínculo criado é que há possibilidade do processo musicoterápico iniciar-se. “O vínculo terapeuta-paciente proporciona a confiança e a segurança para a exposição dos conteúdos internos do paciente e a sua elaboração”, como nos diz López (1999, p.29).

Na coleta de dados procuramos ouvir, em entrevista coletiva, todo o grupo, perceber a capacidade de relacionamento, o saber ouvir o outro e conhecer as suas preferências musicais. A média de idade entre as participantes era de sessenta e oito anos, tendo a integrante mais nova 57 anos e a mais velha 79 anos, todas já aposentadas. Entre as profissões encontravam-se donas de casa, empresárias, professoras e comerciantes. Pedimos que cada uma falasse seus nomes, um pouco de sua história de vida e se elas se lembravam de alguma canção que as remetesse à sua infância. A partir de então, todas sentiram a necessidade de falar sobre si mesmas, despertando nelas um senso de pertencimento e identidade; percebendo que ali, naquele espaço, elas teriam vez e voz. Depois da coleta e da seleção de músicas trazidas pelo grupo, como sendo as suas preferidas, cantamos pelo menos uma canção de cada uma delas. Os dados proporcionaram uma visão do perfil musical das participantes, pois se referem à frequência com que ouvem música, à participação em atividades musicais, ao gosto musical e outros.

Iniciamos as atividades com canções sugeridas pelo grupo. Foram acompanhadas pela musicoterapeuta ao teclado eletrônico e as participantes percutindo seus instrumentos preferidos. Os instrumentos musicais disponíveis ficavam à mostra numa mesa, ao alcance de todas. Tinha-se vários tipos de chocalhos, maraca, caxixis, coco, triângulo, egg shake, pandeiros e agogôs.

A seguir foram entoadas canções em que era visível a busca do Iso Grupal, que

começou a acontecer com a canção “O vira”¹, solicitada por S., de 74 anos. Aqui foram feitas intervenções rítmicas, melódicas e dramatizações musicais com movimentos corporais. Isso veio a proporcionar a facilitação do fazer musical do grupo. Com esta canção, houve um resgate de gostos e sentimentos de cada uma (Iso Individual) e do grupo (Iso Grupal). O prazer do grupo, com esse resgate fica estampado nos rostos das participantes. Elas foram remetendo a evocação da memória passada para o tempo presente com grande satisfação.

As músicas de suas histórias de vida, trazidas pelo grupo, vêm consolidar no presente as épocas vividas, e esse processo de recordação ativa e exercita as memórias intelectual, emocional e corporal do indivíduo. Esse reviver épocas estimulou a autoconfiança e autoestima delas, trazendo de volta o prazer da redescoberta e a descoberta de novos valores.

Para Tourinho (2005), música é o estímulo potente para a evocação de lembranças, e é lembrando que podemos avivar fatos inconscientes que ampliam o significado do “ser velho”, e a memória quando reativada pela música, faz a senescência ser encarada como tempo de lembrar, possibilitando que o idoso reconstrua e reviva passagens significativas de sua vida, resgatando sua identidade.

O grupo mostrou-se bem eclético, passeando desde os tempos da Era do Rádio, da Tropicália, do *Rock 'n Roll*, dos Festivais da Canção, da Bossa Nova e MPB até as canções Italianas, Japonesas e Espanholas. As canções Sertanejas, Nordestinas e Gospel também foram citadas e cantadas. Vale ressaltar que, antes de apresentarmos as propostas de atividades nos quatro encontros que tivemos, primeiramente as conduzimos a um relaxamento e aquecimento, com o objetivo de diminuir a tensão, que permite que o indivíduo esteja mais apto para conhecer as propostas (BARCELLOS, 2006 apud OLIVEIRA et al., 2012, p. 89).

A partir do segundo encontro, o grupo já mais à vontade, relatou fatos de suas vidas, expectativas e limitações. Frente às dificuldades impostas pelo tempo ao indivíduo, a música funciona como uma ponte para que as relações interpessoais se realizem.

Segundo Zanini (2003), cantar em grupo traz para o idoso a autoexpressão, o autoconhecimento e a autorrealização. A autora cria um novo conceito de coro terapêutico, conduzido por Musicoterapeuta, onde se realizam atividades diversas entre as quais destacamos aquelas que estimulam o conhecimento do corpo através de exercícios de relaxamento e respiração, a melhora nas relações intra e interpessoais, a amplificação da voz, o revigoramento do aparelho fonador e a prevenção de problemas de saúde mental, demências e distúrbios da memória. A voz é utilizada como recurso para a comunicação, satisfação, expressão e interação social.

Pudemos observar que ao cantarmos uma canção pedida por uma das participantes, C., de 64 anos, ao escutá-la, imediatamente sua fisionomia mudou, primeiramente sorriu

1 O Vira é uma canção composta em 1973, por João Ricardo e Lúli e que aparece no primeiro álbum do grupo Secos e Molhados. É um glam rock com influência na dança portuguesa.

e depois chorou, ficando clara a estreita conexão límbica, canal de comunicação entre a música e a emoção. “Pesquisas em Neurociências indicam uma forte conexão entre o sistema auditivo e o sistema límbico” (TOMAINO, 1999, p.116). A música penetra nessa estrutura afetiva, auxiliando o idoso na busca do vínculo perdido, ao associar o estímulo musical externo ao consonante interno. Segundo Souza (2013, p.1221), a música nos alcança onde, muitas vezes, a palavra não consegue alcançar. Na emoção expressada em cada canção pode estar a conexão do passado com o presente, impulsionando o indivíduo à vivência do novo. Utilizamos a técnica da Recriação musical nessas atividades, que é uma das técnicas mais utilizadas na musicoterapia com idosos. Segundo Bruscia (2000), na Recriação, o cliente canta ou toca, de memória ou utilizando partitura, uma peça musical composta anteriormente. No entanto, na musicoterapia, não somente se utiliza músicas, mas sim, apóia-se nas experiências musicais como objetivo primário, como processo e como resultado da terapia. Nas experiências recreativas o grupo aprende ou executa músicas vocais ou reproduz qualquer tipo musical apresentado como modelo.

Durante as intervenções musicoterapêuticas, as participantes da oficina demonstraram bastante satisfação ao vivenciar experiências musicais (BRUSCIA,2000), que proporcionaram relacionar fatos vividos com a música; tiveram a oportunidade de resgatar suas reminiscências e espaço para expressar suas emoções.

No terceiro encontro, por exemplo, o grupo reviveu e compartilhou momentos do passado. Essas reminiscências são ferramentas que podem auxiliar na ressignificação da vida e a amenizar as perdas decorrentes ao envelhecimento. Essas atividades musicais auxiliaram as participantes a recordar o passado e surgiram comentários que expressaram saudosismo, como o que relatou R., de 61 anos: “Meu pai cantava músicas sertanejas com a gente na varanda da nossa casa, lá na roça. Era tão bom! Que saudade dessa época!”.

O objetivo das atividades foi resgatar as memórias de longo prazo, episódica e semântica. Essas memórias geralmente estão preservadas em idosos saudáveis e, a partir destas, pode-se atuar em benefício da memória de curto prazo.

Executamos uma das variações da Recriação que são as atividades e os jogos musicais, que são atividades estruturadas pela música.

Utilizamos diversos jogos musicais tais como: Batata quente, reprodução de células rítmicas, reconhecer melodias (qual é a música) entre outros.

Exemplificaremos a brincadeira rítmica cantada, “Escravos de Jó”: fizemos um círculo com as carteiras bem encostadas umas nas outras e com as participantes segurando, cada uma, uma casca de coco (instrumento de percussão) na mão direita. O combinado era passar o coco para a colega do seu lado direito à medida em que a música era cantada. Todas juntas, no mesmo ritmo. E quando cantássemos o trecho “zig-zig-zá” não deveríamos entregar o coco à colega e sim, logo depois desse trecho da canção. Começamos com um andamento mais moderado e gradativamente aumentando o mesmo. Pudemos observar que a atividade funcionou melhor com o andamento mais rápido. Essa

atividade mostrou-se extremamente prazerosa para todo o grupo. Notou-se nitidamente a satisfação, a alegria e o riso fácil entre elas, apesar de se culparem mutuamente pela não concretização do combinado.

Uma das participantes do grupo, M.C., mineira, de 79 anos diz ao final: “Essa brincadeira é gostosa demais! Essa cadência, esse ritmo, faz a gente trabalhar a mente, faz a memória trabalhar. Temos que coordenar a mente e o corpo e ter ritmo. É linda demais! Quando a gente era criança, fazíamos esse tipo de brincadeira, muito saudável”, evidenciando o prazer e a autorrealização.

Outra participante, M., baiana, de 62 anos, diz sorrindo: “Eu adorei! Quando um erra, todos erram, num efeito dominó! Interessante é que quando a música (o andamento) estava mais rápida, o grupo foi melhor. Acho que é porque todas se concentraram mais”.

Outra atividade feita com o grupo foi uma brincadeira cantada, com uma canção folclórica chamada “O cacau”, onde as participantes formaram uma dupla, e, ao ritmo da música, fazem uma coreografia combinada previamente.

Os objetivos clínicos dessas atividades foram: desenvolver habilidades sensório-motoras, melhorar a atenção e orientação, promover comportamento ritmado e a adaptação, melhorar as habilidades interativas e de grupo, dentre outros.

Acreditando em todas as possibilidades e potencialidades do grupo, optamos por utilizar uma abordagem teórica Humanista- Existencial para fundamentar a nossa prática. Essa teoria, desenvolvida por Carl Rogers, acredita que a experiência de cada pessoa é única e que todas elas têm dentro de si mesmas uma força que as leva ao crescimento. Nesta abordagem, o musicoterapeuta trabalha a partir do paciente, que é o centro da terapia (BARCELLOS, 1994). Segundo Rogers (1977, p.33), toda pessoa é como uma ilha, e que ela só pode construir uma ponte para se comunicar com o outro se, ela primeiramente se dispuser e se lhe for permitido ser ela mesma. E que quando podemos aceitar uma outra pessoa, com seus sentimentos, atitudes e crenças, que a constituem como elementos integrantes reais e vitais, é que podemos ajudá-la a tornar-se pessoa.

Um musicoterapeuta com uma linha filosófica rogeriana teria por objetivo a interação terapêutica numa relação na qual o cliente é livre para crescer, com o terapeuta ajudando a clarificar e conscientizar suas experiências internas. Na abordagem Humanista-Existencial, “o terapeuta tem o papel de facilitador, daquele que se “introduz” no mundo perceptivo do cliente e partilha com ele seus sentimentos e percepções” (BARCELLOS, 1994, p.12).

Ao final do semestre, com o encerramento do curso, houve uma formatura, onde todas as alunas receberam um certificado de participação e fizeram uma mostra de todas as atividades realizadas. Em nossa oficina de musicoterapia preparamos cinco canções preferidas pelo grupo para apresentarmos nesse evento. Foi feita, pelas alunas do curso de extensão, uma avaliação geral de todas as disciplinas e oficinas oferecidas pelo curso, na qual foi pedido que a oficina de musicoterapia, que antes era temporária, passasse a ser uma disciplina fixa a partir do próximo semestre.

Tendo em vista os resultados satisfatórios obtidos nesta oficina, acredita-se no tratamento musicoterápico como uma intervenção que preserva a qualidade de vida das pessoas em processo de envelhecimento.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mudanças ocorridas na compreensão do envelhecimento nos últimos anos foram de suma importância e contribuíram muito para a garantia do bem-estar e da qualidade de vida das pessoas que estão envelhecendo. A percepção social e a autopercepção do constructo sociocultural da velhice mudaram, de um estado de limitação e degeneração inevitável, para um momento de acúmulo de sabedoria e potencialidades sociais.

A musicoterapia aplicada em pessoas nessa fase da vida é um campo fértil de buscas, descobertas e possibilidades. Com ela o indivíduo tem espaço para se expressar, para produzir e ver que esta fase da vida pode ser explorada de forma criativa e que as músicas que fizeram parte de sua vida, agora são suas aliadas na busca de seu bem-estar. Vale ressaltar que a utilização de canções e músicas que fizeram parte da história de vida de cada um, pode contribuir diretamente na elevação de sua autoestima, no prazer de jogar e brincar musicalmente. Assim, a partir de músicas que marcaram suas vidas, as participantes da UNIMAT puderam cantar suas dores e amores, suas perdas e ganhos, reconhecendo-se em seu fazer musical, elaborando conteúdos internos, afetivos e emocionais, num processo de redescobertas.

Dessa forma, espera-se que este artigo sirva como um instrumento de pesquisa, capaz de despertar uma reflexão a respeito da prática musicoterápica com pessoas que estão em processo de envelhecimento, abrindo possibilidades, mostrando caminhos para que os indivíduos se integrem vivendo assim, com melhor qualidade de vida.

REFERÊNCIAS

BARANOW, Ana Léa Von. *Musicoterapia uma visão geral*. Rio de Janeiro: Enelivros, 1999.

BARCELLOS, Lia Rejane Mendes. *Musicoterapia: Alguns Escritos*. Lia Rejane Mendes Barcellos – Rio de Janeiro: Enelivros, 2004.

_____. *Cadernos de musicoterapia 3*. Lia Rejane Mendes Barcellos. – Rio de Janeiro: Enelivros, 1994.

BEAUVOIR, S. *A velhice* (4. Ed.). Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BENENZON, Rolando O. *Manual de Musicoterapia* / Rolando O. Benenzon; tradução de Clementina Nastari – Rio de Janeiro: Enelivros, 1985.

BRUSCIA, K. E. *Definindo Musicoterapia*. Rio de Janeiro: Enelivros, 2000.

FUNDO DE POPULAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (UNFPA). *Envelhecimento no Século XXI: Celebração e Desafio*. 2012. Disponível em: <https://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Portuguese-Exec-Summary_0.pdf>. Acesso em: 07 jun. 2018.

LÓPEZ, Anna Lúcia Leão. *Musicoterapia com hemiplégicos: um trabalho integrado à fisioterapia* / Anna Lúcia Leão López, Paula Maria Ribeiro Carvalho. – Rio de Janeiro – Enelivros, 1999.

LOURO, Viviane dos Santos. *Educação Musical e deficiência: propostas pedagógicas* – São José dos Campos, SP : Ed. Do Autor, 2006.

MALLOY-DINIZ, Leandro F., FUENTES, Daniel., COSENZA, Ramon M. *Neuropsicologia do Envelhecimento: uma abordagem multidimensional* / Porto Alegre: Artmed, 2013.

MAGUIRE, Melissa Jane. Music and Epilepsy: A critical review. *Epilepsia*, v. 53, n.6, p. 947 – 961, 2012.

MILLECCO FILHO, Luís Antônio. É preciso cantar – Musicoterapia, cantos e canções/ Luís Antônio Millecco Filho, Maria Regina Esmeraldo Brandão, Ronaldo Pomponét Millecco. – Rio de Janeiro: Enelivros, 2001.

OLIVEIRA, Glauber Correia de et al. A contribuição da musicoterapia na saúde do idoso. *Cadernos UniFOA, Volta Redonda*, n. 20, p.85-94, dez. 2012.

ROGERS, Carl Ransom, 1902 – *Tornar-se pessoa* (por) Carl R. Rogers (tradução de Manoel José do Carmo Ferreira) São Paulo, Martins Fontes, 1977.

SAMPAIO, R. Por uma nova noção de Música em Musicoterapia. In: *Apontamentos em Musicoterapia*, 1, 21-24. São Paulo: Apontamentos, 2005.

SOUZA, Márcia Godinho Cerqueira de. “*Musicoterapia e a clínica do envelhecimento*”. In *Tratado de Geriatria e Gerontologia* / Elizabete Viana de Freitas...[et al.]. 3 ed.- [Reimp.]. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2013.

TOMAINO, CM. *Active music therapy approaches for neurologically impaired patients*. In: Maranto D. *Music Therapy & Medicine: Theoretical and Clinical Applications*. Silver Spring, USA: American Music Therapy Association, 1999.

TOURINHO, Lúcia Maria Chaves Tourinho. “*Musicoterapia e a terceira idade*”. Disponível em: <<http://www.musicaeadoracao.com.br/efeitos/musicoterapia.htm>>. Acesso em: 28/05/2018.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (Brasília). *Envelhecimento ativo: uma política de saúde*. 2005. Disponível em: <http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/envelhecimento_ativo.pdf>. Acesso em: 07 jun. 2018.

ZANINI, C. R. O. *O Coro Terapêutico: um olhar do musicoterapeuta para o idoso no novo milênio* 143 f, 2002. Dissertação (Mestrado em Música). Escola de Música e Artes Cênicas.EMAC - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2002.

RECURSOS INFORMACIONAIS EM ARTES: ACERVO BIBLIOGRÁFICO UNIVERSITÁRIO E SUSTENTABILIDADE CULTURAL

Data de aceite: 01/11/2022

Lauci Bortoluci Quintana

RESUMO: Esta comunicação trata sobre biblioteca universitária de artes e sua relação com a sustentabilidade cultural. Tratarei sobre uma coleção bibliográfica pertencente ao Museu de Arte Contemporânea MAC USP e, como os recursos informacionais podem ser relacionados entre si, proporcionado novas interpretações e estudos, num processo de construção da sustentabilidade cultural. O trabalho versa sobre a doação da biblioteca particular de Walter Zanini e seu papel como recurso informacional na medida em que se dispõe a ser um recurso público aberto para pesquisas. Em segundo lugar, o texto também se propõe a pensar a questão da inserção de uma nova coleção bibliográfica em um espaço público e universitário e em seu papel como protagonista para novas pesquisas. A terceira questão busca entender em qual situação esse recurso pode ser o novo potencial para a transformação dessa instituição universitária e cultural em um centro referencial de pesquisa no campo das artes. A quarta questão é que a nova coleção pode ser o elo e a conexão

na interrelação do desenvolvimento sustentável, conjugando aspectos sócio econômicos além de organizacionais em um processo de construção da sustentabilidade cultural. Em quinto lugar, o acervo deve ser participante do ciclo que contempla as três ações principais do patrimônio: coletar, preservar e pesquisar, em um planejamento de ações visando a disponibilização do acesso aberto ao acervo bibliográfico. O acesso ao acervo bibliográfico será a ação central na busca de construção de um espaço consciente de pesquisa tendo como centro os vários assuntos da coleção doada. A metodologia estará pautada por dados biográficos do doador, de pesquisa bibliográfica sobre o assunto da sustentabilidade cultural e sobre o conceito trabalhado pelas organizações mundiais relevantes para o tema. É certo que o doador construiu a biblioteca juntamente com as pesquisas de sua vida acadêmica, em todos os níveis, desde os anos iniciais no doutorado no exterior, o desenvolvimento de pesquisas para os livros de sua autoria, até os estudos enquanto diretor do MAC USP para a produção de exposições e de publicações. Em uma visão, o que temos é uma coleção de livros, catálogos, revistas, que foram comprados, recebidos, lidos,

utilizados, marcados, e que foram as fontes primárias das pesquisas que resultaram em literatura brasileira no campo das artes. O importante é que a coleção deverá ser entendida em si mesma, e posteriormente compor um ciclo que a caracterize como parte fundamental de futuros programas ou estudos universitários, que promovam o desenvolvimento de outras pesquisas que resultem no fortalecimento do desenvolvimento sócio educacional. Penso na biblioteca enquanto matriz conceitual de novas pesquisas, enfoques por novos agentes, que pensem avante na construção de um desenvolvimento sustentável da cultura.

1 | INTRODUÇÃO

Em 2012 foi editada a resolução USP 6439 que dispôs que o Museu de Arte Contemporânea MAC USP possui três acervos, e o parágrafo único mostra que este acervo é constituído pelas coleções de obras de arte, pelo arquivo e pela Biblioteca Lourival Gomes Machado. Em 2018 houve a doação da biblioteca particular que pertencera ao Prof. Walter Zanini, com potencial para transformar a Biblioteca MAC USP em um centro referencial de pesquisa em artes.

A questão da inserção de uma nova coleção busca um pensar sobre o papel que será exercido por essa nova coleção nas práticas de pesquisa. Os recursos informacionais deverão ser expandidos em uma nova ideia de pesquisa, com o objetivo de serem eficientes em um processo conceitual de construção da sustentabilidade cultural da instituição.

2 | METODOLOGIA

Este artigo será pautado na relevância do doador da biblioteca particular, sobre o MAC USP receptor da doação e sobre a questão da sustentabilidade, entrelaçando os conceitos de desenvolvimento sustentável aplicado às instituições culturais. Assim, o leitor encontrará possíveis relações entre a instituição cultural e recursos informacionais, por meio de pesquisas bibliográficas.

3 | DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E CULTURA

O conceito de desenvolvimento sustentável ganhou notoriedade na Reunião da Cúpula Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável da ONU em 2002. Jon Hawkes, em seu livro “The fourth pillar of sustainability: Culture’s essential role in public planning”, (2001) revoluciona o conceito que imperava absoluto até então, colocando a cultura em papel de destaque na questão das dimensões do espectro do desenvolvimento sustentável. Na obra, o autor reflete sobre o papel da sustentabilidade cultural no planejamento de políticas públicas que respeite a diversidade e garanta uma convivência sustentada. A cultura é o lugar em que se enraíza a vida social. Na comunidade local reside a resposta para os debates sobre os valores que sustentam a convivência entre os grupos sociais. A cultura é instância para o desenvolvimento, atua em todos os outros segmentos e é a chave para se

pensar o futuro do desenvolvimento. Atitudes unilaterais privadas de diálogo comunitário estão cada vez recebendo menos legitimidade da comunidade. É mister a construção, existência e manutenção de espaços públicos democráticos que abracem a ideia da diversidade e das manifestações culturais.

A Agenda 2030 da ONU (2015) contempla 17 objetivos do desenvolvimento sustentável, e é um plano de ação que visa a melhoria da qualidade de vida de todos os seres em direção ao bem-estar social. A partir da Agenda 2030 da ONU, e especificamente do ODS 11, meta 11.4, temos o entendimento de que a questão da conservação de patrimônios e dos acervos históricos configuram-se como exemplos de sustentabilidade cultural e nos possibilita a análise sobre a questão da história dos acervos e das instituições que os abrigam. O objetivo 11 refere-se à dimensão cultural e nos afeta primordialmente na medida em que trata da questão da documentação e conservação do patrimônio cultural para as futuras gerações.

Para caracterização do conceito, há também os esforços de alguns periódicos dedicados especificamente ao assunto como o Sustainability. Em seu v. 11 será possível encontrar um debate sobre a questão da sustentabilidade cultural em museus, cujo estudo provê uma abordagem integrada que dispõe a cultura na posição de parte integrante como as outras 3 no processo de desenvolvimento sustentável. Para essa nossa reflexão, entenderemos museus como instituição cultural da mesma forma como entendemos bibliotecas atuando no mesmo segmento. Na visão das autoras, a sustentabilidade cultural está conjuntamente atuando com os aspectos socioeconômicos e o ambiental, entretanto também é influenciada pelos componentes dessas três clássicas dimensões do desenvolvimento sustentável. Portanto, a dimensão cultural é um recurso para os aspectos sociais, econômicos e ambientais, e é também um resultado da atuação desses três pilares, que dá suporte à missão cultural dos museus.

A figura abaixo demonstra os 4 pilares do desenvolvimento sustentável atuando conjuntamente.

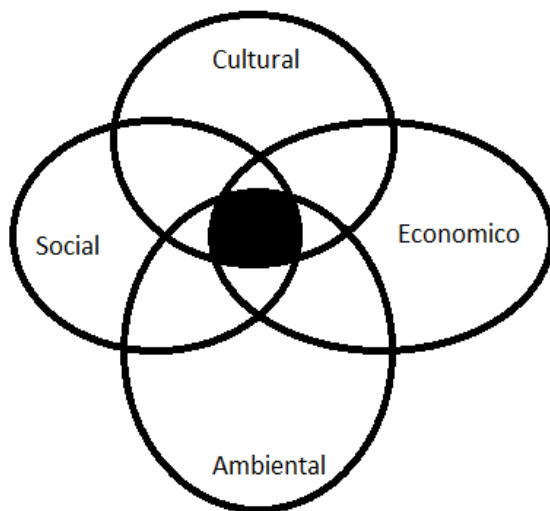


Figura Diagrama de Venn elaborada pela Autora

O Relatório da IFLA (2021) “Trend Report Update”, resultado de um questionário enviado a líderes de instituições culturais e de bibliotecas de todo o mundo, apresenta proposições para se trabalhar com os novos questionamentos pós pandemia, ou em tempos de crise. Interessa particularmente a tendência n. 15 que trata sobre “Global collection”, ou, sobre o processo que possibilite se trabalhar além das instituições, não sendo mais relevante falar em coleções locais, mas sim em acesso aos recursos institucionais. Um grande número de contribuições ao questionário destacou a tendência para o crescimento da globalização das coleções. As coleções nunca foram fechadas em sua própria organização, uma vez que a circulação do material, mesmo que por empréstimos entre as instituições, mostrou que as coleções nunca foram hermeticamente seladas. Porém, existem novas possibilidades que permitem aos pesquisadores trabalharem com o maior número de seleção de materiais e de conteúdo, ou com novos arranjos, que estão localizadas fisicamente em outros lugares, ou seja, estão desterritorializados. As contribuições na forma de respostas ao questionário também mostraram que, em um sistema digital, com bibliotecas e coleções conectadas, nos traz mais próxima de uma realidade na qual os usuários possam acessar o conteúdo de uma instituição, e em uma escala global. Com o usuário estando familiarizado com a internet que opera independente de fronteiras, seria ele também um agente de ação, e tal atitude também iria ao encontro de novos usuários mais abertos em relação a sua pesquisa, e muito menos arraigado em uma só área.

Se pudermos trabalhar nesse sentido, oferecendo novas possibilidades de alternativas que possam ajudar a resolver problemas, e ainda dar suporte a esforços que possam aumentar nossa atitude de pró atividade com o futuro, poderemos oferecer e

intensificar novos repertórios informativos. Isto expandirá o uso, e também a percepção de relevância, de únicos materiais localizados em distantes locais ou em pequenas coleções de difícil acesso. A globalização será então o gatilho para um novo dinamismo, recolocando as bibliotecas em direção ao uso de dados e informações em larga escala, com o objetivo de fomentar novas atitudes.

Chegar a esse patamar exigirá esforço, e todos os agentes envolvidos em oferecer informação aberta serão os primeiros a comprovarem o resultado. Isso também exigirá colaboração para permitir a integração de diferentes sistemas, ou ainda a aplicação de padrões comuns. Como resultado da integração de plataformas, o trabalho também exigirá estruturas mais simplificadas, com o objetivo de juntar esforços de todos que se põem a pensar coleções trabalhando juntas, buscando um sistema mais sustentável em instituições culturais.

4 | COLEÇÕES BIBLIOGRÁFICAS UNIVERSITÁRIAS

O MAC USP recebeu em 2018 a doação da biblioteca de Walter Zanini com 12 mil volumes. O caráter de singularidade está em que esta coleção bibliográfica pertenceu ao primeiro diretor, que atuou por 15 anos (1963-78) à frente da gestão do MAC USP. Sua biblioteca particular fora formada durante 50 anos de estudos e pesquisas.

A questão da cultura, das bibliotecas, dos museus e de outras instituições culturais sempre esteve presente na literatura de Zanini. Ele foi autor de vários livros, como o “Historia Geral da Arte no Brasil”, e teve um trabalho pioneiro no desenvolvimento da vídeo-arte, e nas experimentações dos novos artistas, atitudes que o colocam como grande incentivador da arte contemporânea no Brasil. Essa doação corrobora o aspecto humanista da arte, e a legitima como questão presente em bibliotecas acadêmicas.

Segundo Freire,

Nos anos iniciais do MAC USP, as ações de Zanini são estruturantes: realiza a conservação, a ampliação e apresentação das coleções, organiza a biblioteca e o centro de documentação (arquivo) do Museu. Busca criar conexões com outras instituições artísticas e culturais no país a partir de um programa de exposições itinerantes. Inicia ações e programas voltados para a constituição de diferentes setores no Museu, tais como: Setor de Cinema, Setor de Música, Setor de Fotografia, Setor de Arquitetura, assim como impulsiona atividades relativas ao Design. Inicia os programas de exposições: Jovem Desenho Nacional (JDN 1963-1965), Jovem Gravura Nacional (JGN 1964-1966) e Jovem Arte Contemporânea (JAC 1967-1974) que são importantes para ampliação do acervo de arte contemporânea. Princípios como solidariedade, cooperação e coletividade são operantes e decisivos na construção desse ‘MAC do Zanini’, como é conhecido o MAC USP naqueles anos. Em 1972 com *Acontecimentos, Ambiente de Confrontação e VI Jovem Arte Contemporânea* o conceito de exposição é completamente subvertido. O museu como explica Zanini “deixa de entrar em cena depois da obra e é concomitante a ela”. Com a presença de artistas o MAC USP efetiva-se como um laboratório de criação. As exposições *Prospectiva’74* e *Poéticas Visuais* (1977), além de

outras iniciativas, reúnem uma rede de artistas ligados pela arte postal e desse modo angaria para o MAC USP a mais importante coleção pública de arte conceitual internacional no Cone Sul. As tratativas para a construção de uma sede própria para o Museu na Cidade Universitária, esforço contínuo de Zanini ao longo de sua gestão, dão um importante passo com o projeto de Paulo Mendes da Rocha (1975) que, entretanto, nunca foi realizado. Zanini empenha-se na compra de um aparelho portátil de vídeo para os artistas trabalharem, dando vida ao Museu como um *espaço operacional* e a nascente videoarte brasileira é apresentada na 8ª JAC (1974). (FREIRE, C. 2013)

Zanini realizou seus estudos acadêmicos em 1954 em Sorbonne, e frequentava bibliotecas também em Londres, como a do Instituto Courtauld e a Biblioteca de Aby Warburg. Walter Zanini frequentava a casa do tio Mario Zanini para ler seus livros. Não havia em São Paulo locais especializados em arte como na Europa, mas o trabalho de Sergio Milliet na biblioteca Mario de Andrade na Seção de Artes fazia ser possível alguma leitura mais acurada de material artístico internacional. A biblioteca que Walter Zanini formou com 10 mil volumes, conta uma história de saber e de partilha do conhecimento.

5 | RELAÇÕES ENTRE A BIBLIOTECA DOADA E O MUSEU RECEBEDOR

O MAC USP foi a instituição pública escolhida para receber a biblioteca particular de Walter Zanini.

Segundo Cristina Freire

Mais do que um conjunto de livros, a Biblioteca ora transferida configura-se como um mapa intelectual de um percurso singular. Testemunha lugares, interesses, movimentos artísticos, exposições monumentos, artistas, críticos, autores, obras museus, coleções etc. Essa biblioteca reunida ao longo de uma vida, dá suporte para compreender suas iniciativas, seus tantos projetos concluídos ou imaginados. (FREIRE, C. 2017, p. 9)

Em sua gestão como diretor do MAC nos anos 1960, foi significativo seu pedido para que os artistas brasileiros doassem catálogos de suas exposições. Nessa atitude, está presente a ideia da constituição de um acervo bibliográfico especial, além de mostrar o interesse do MAC pelos artistas brasileiros contemporâneos, como sua prática e estratégia curatorial, muito inovadora para o momento em que acorrera. Essa característica se destaca em sua biblioteca particular, como uma rede de teias e relações que desenvolveu e manteve com artistas, críticos, escritores e intelectuais por todo o mundo.

Esses princípios de solidariedade e de formação de uma rede se anunciam na construção da Biblioteca do MAC. Outros acervos foram sendo acoplados a esta Biblioteca ao longo dos 15 anos em que Zanini dirigiu o MAC. Destaco aqui a incorporação da Biblioteca de Paulo Rossi Osir, a de Mario Zanini, da escultora Pola Rezende.

A doação da Biblioteca fez-se completar pela doação também do arquivo pessoal do doador; tanto em seu papel de historiador como de gestor de uma instituição pública.

Temos o privilégio de receber, na forma de livros, princípios éticos de uma atuação

de vida de reciprocidade. O doador se faz presente com sua doação, e ainda nos faz um gesto de continuidade de construção de novos saberes. Segundo Freire,

A doação exalta a generosidade, gratuidade, a diversidade, o respeito ao conhecimento como estímulo de valores contra-hegemonicos à ordem das coisas e do mundo atualmente. O legado de Zanini esta vivo em sua Biblioteca, e o desejo de doa-lo ao MAC, torna-o ainda mais singular e relevante do que esse diretor um dia imaginou. (FEEIRE, C. 2017, p. 14)

As relações entre a biblioteca de Walter Zanini e a Biblioteca que a acolheu, ou seja , a Biblioteca do MAC USP iniciada por ele mesmo e 1963, não poderiam ser mais singulares e tecerem uma rede de afeto, continuidade, complementariedade, inter-relacionamentos e conexões. Pois veremos que a biblioteca MAC, em seus 15 anos iniciais de formação foi estruturada como um importante organismo dentro do próprio MAC. A biblioteca foi o primeiro setor do Museu que recebeu uma profissional para estruturar as coleções recém-chegadas, além de propor soluções para o trabalho pertinente às assinaturas das revistas estrangeiras, como por exemplo a Art in America, Art Forum, Art News, Art Press. A profissional haveria também que trabalhar os livros e catálogos italianos e em vários idiomas adquiridos em 1963 das mãos da viúva de Rossi Osir.

Em 1976 a Biblioteca MAC também receberia a biblioteca particular de Mario Zanini, além de obras de arte da Família Zanini. Em 2018, o ciclo da Família Zanini é acrescido então com a doação ora objeto desse texto.

6 | SUSTENTABILIDADE CULTURAL EM BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA

As instituições culturais são parte integrante da construção de um futuro sustentável. Elas ocupam papel de destaque para a garantia da cidadania, por assegurar o acesso igualitário e fidedigno às informações e em promover espaços mais inclusivos. A instituição cultural é o lugar adequado para o encontro com a informação, com a cultura, com a garantia do respeito à diversidade cultural, econômica e social. É o lugar onde a diferença encontra acolhimento e as pessoas são o conjunto em ação política e pratica da liberdade de expressão. As coleções, por mais antigas e histórica que possam ser, falam ao seu usuário, propondo novos olhares, interpretações e pesquisas, fazendo com que a contextualização do passado com o presente seja o princípio norteador da pesquisa.

O acervo bibliográfico ora incorporado, configura-se num acervo patrimonial e que deve ser participante do ciclo que contempla as três ações principais do patrimônio: coletar, preservar e pesquisar. A sustentabilidade cultural será a integração das ações descritas em um planejamento de ações e atitudes visando a disponibilização do acesso do acervo bibliográfico.

O acesso ao acervo bibliográfico será a ação central de um planejamento de ações que busca construir um espaço consciente de pesquisa tendo como locus os vários

assuntos da coleção doada. É certo que o doador construiu a biblioteca juntamente com suas pesquisas de sua vida acadêmica, em todos os níveis. Na doação estão os livros usados como fontes primárias de suas pesquisas que resultaram em vários livros de sua autoria, ou de suas pesquisas enquanto profissional diretor do museu, ou seus estudos para orientação de seus alunos. O importante é que a coleção deverá ser entendida em si mesma, num ciclo que a caracterize como parte fundamental de programas ou estudos educacionais, que promovam o desenvolvimento de outros valores, atitudes e comportamentos que reverberem em ações e fortalecimento do desenvolvimento social e educacional. Penso na biblioteca enquanto matriz conceitual de novas pesquisas, enfoques por novos atores, que pensem avante na construção de um desenvolvimento sustentável da cultura.

Respondendo aos questionamentos elencados no resumo, destaco que: 1) como recurso aberto para pesquisa é certo que a biblioteca doada encontra-se organizada com todos os livros por seus grandes assuntos, e que o tipo de material periódico e catálogos de exposição estão disponíveis para consulta no Banco de dados Bibliográficos da USP; 2) O papel de protagonista desta coleção deve-se ao fato de que a biblioteca doada, juntamente com o arquivo de Walter Zanini, culminam em uma coleção única para o entendimento da arte contemporânea e que deve atuar como o referencial deste MAC USP; 3) Potencial para um centro referencial de pesquisa, pois penso que a vida de atuação do doador, na própria história da arte brasileira coloca esta doação em um dos conjuntos de maior importância para a referência da arte contemporânea dos anos 1960 no Brasil; 4) a disponibilização da totalidade dos materiais (como os catálogos e periódicos) colecionados pelo doador é uma das atuações desta Biblioteca MAC USP em seu trabalho em uma instituição culturalmente sustentável; 5) e por fim, o ciclo de pesquisa museológica perfaz suas dimensões e completa-se na coleta, preservação do material e disponibilização para pesquisa, que é nosso intento total para esses 12 mil itens.

Assim, entendemos que a biblioteca MAC USP é o locus físico e também conceitual que, a partir do uso eficiente de seus recursos, (sendo a coleção doada um novo recurso informacional), promova o encontro dos princípios éticos de uma economia de reciprocidade unindo esforços pessoais ao respeito ao conhecimento como estímulo e exemplos de valores contra hegemônicos imperativos atualmente. A sustentabilidade cultural neste locus informacional universitário acrescido desse novo recurso será uma iniciativa ao acesso a seu conteúdo, tornando o MAC mais singular e relevante, como um dia esse diretor imaginou.

REFERÊNCIAS

Freire, Cristina. **Biblioteca Walter Zanini**. São Paulo: MAC USP, 2017. 32 p.

_____. **Por um museu público**: Tributo a Walter Zanini. São Paulo: MAC USP, 2013 (Folder de exposição)

Hawkes, Jon. **The fourth pillar of sustainability**: culture's essential role in public planning. Melbourne: Cultural development network, 2001.

International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA). **IFLA Trend Report 2021** Update. The Hague: IFLA, 2021. Acesso em maio 2022. <https://repository.ifla.org/handle/123456789/1830>

Organização das Nações Unidas. **Transformando nosso mundo**: Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável. New York, 2015.

Pop, Izabela et al. Achieving cultural sustainability in museums: a step towards sustainable development. **Sustainability**. V. 11, n. 970. 22 p.

PROCESSOS EDUCATIVOS: A FORMAÇÃO DE PROFESSORES E AS DIMENSÕES DO CURRÍCULO DIALOGANDO COM AS DIFERENÇAS

Data de aceite: 01/11/2022

Marcelo Máximo Purificação

Professor Titular – C-II, na Fundação Integrada Municipal de Ensino Superior – FIMES/UNIFIMES

Elisângela Maura Catarino

Professora Titular – C-II na Fundação Integrada Municipal de Ensino Superior – FIMES/UNIFIMES

RESUMO: O presente texto teve como objetivo entender as intencionalidades, as possibilidades e os desafios relacionados a formação de professores e a dimensão do currículo, dialogando com as diferenças a partir das Diretrizes Curriculares do Estado de Goiás (DCGO), por meio de um estudo qualitativo bibliográfico e documental. Integra a um projeto de pesquisa realizado em 2020 e 2022, financiado pelo Centro Universitário de Mineiros (UNIFIMES). O desafio que encontramos na análise dos documentos é que a educação deve ser entendida a partir de uma perspectiva inclusiva, valorizando as diferenças, respeitando a diversidade e representando a igualdade social.

PALAVRAS-CHAVE: Processos Formativos. Formação de Professores.

Currículo. Diferenças.

ABSTRACT: The present text aimed to understand the intentions, possibilities and challenges related to teacher training and the dimension of the curriculum, dialoguing with the differences from the Curricular Guidelines of the State of Goiás (DCGO), through a study bibliographic and documentary qualitative. It is part of a research project carried out in 2020 and 2022, funded by the Centro Universitário de Mineiros (UNIFIMES). The challenge we find in analyzing the documents is that education must be understood from an inclusive perspective, valuing differences, respecting diversity and representing social equality.

KEYWORDS: Formative Processes. Teacher training. Resume. differences.

INTRODUÇÃO

Um dos maiores desafios da educação moderna é trabalhar a diversidade e o pluralismo identitário nos espaços escolares, espaços onde as relações são geralmente marcadas por tensões, conflitos, pela assimetria de

poder que os permeia, e provoca a construção de hierarquias, processos de subordinação, (re)confirma o preconceito, a discriminação e a violência contra determinados atores sociais (PURIFICAÇÃO, et. al, 2020). Se examinarmos o contexto histórico da educação brasileira, encontramos as instituições educacionais como as conhecemos hoje, que foram implantadas no século XVIII, de acordo com algumas normativas, pautadas por princípios norteadores, valores, cultura e perspectivas da época (BANNELL, et al, 2016). Sendo a escola esse espaço multifacetado, torna-se plausível a sua presença em pesquisas e estudos que privilegiam a exploração de contextos caracterizados pela diversidade.

Este texto é oriundo de um projeto de pesquisa, desenvolvido nos anos de 2019 e 2022, vinculado ao Núcleo de Estudos, Pesquisa e Extensão (NEPEM), na linha - processos educativos - e financiado pelo Centro Universitário de Mineiros - UNIFIMES. Analisou os processos educativos vistos pela lupa da formação de professores e as dimensões curriculares da Secretaria de Estado da Educação, Cultura e Esporte do Estado de Goiás - SEDUC-GO. Para Candau (2014), as diferenças são componentes fundamentais das relações sociais na medida em que permeiam nosso cotidiano, tanto nas relações interpessoais quanto entre os diferentes grupos e movimentos presentes na sociedade.

Realizar uma pesquisa sobre diferença em Mineiros Goiás evidenciado pelo aparato teórico da BNCC e pelas diretrizes curriculares que regem os processos educacionais é pertinente ao campo científico, por se tratar de uma região (contextos/territórios) fortemente marcada pela presença de negros, migrantes do norte, nordeste e sul do país. Justifica-se também pela necessidade de compreender as identidades, suas dimensões e seu impacto nos currículos, que se refletem nos processos de sala de aula e de aprendizagem (PURIFICAÇÃO, et. al, 2020).

As Diretrizes Curriculares do Estado de Goiás (DC-GO) é resultado de uma ação coletiva em prol da implantação da Base Nacional Comum Curricular (BNCC) no território goiano. Esta ação abrangeu diversas áreas de estudo, pesquisa, análise e diálogo com professores do ensino básico e superior, através da (re)interpretação do currículo. Para o Ministério da Educação (MEC), (re)desenvolvimento refere-se ao processo de transferência da BNCC para um documento curricular local e inclui tanto as redes que farão seu primeiro desenvolvimento curricular, quanto as redes que já incluíram no currículo a atualização de acordo com a BNCC (BRASIL, 2018) (DCGO, 2019).

METODOLOGIA

Trata-se de um texto de revisão bibliográfica e documental, com abordagem qualitativa. Metodologicamente teve como objetivo coletar, analisar e interpretar os dados coletados por meio de documentos, ou como Lakatos e Marconi (1996) chamam, a partir de fontes primárias. A abordagem baseada nesse modelo teórico-metodológico (pesquisa documental) segundo Godoy (1995), concentra-se em documentos, que normalmente

constituem fontes de dados significativas para qualquer tipo de pesquisa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O currículo escolar, a formação continuada e o acompanhamento pedagógico sistemático são essenciais para a qualificação e aprimoramento das competências dos profissionais que atuam nas escolas públicas goianas e para garantir o sucesso da aprendizagem de todos os alunos. Diante da necessidade de democratizar o conhecimento, de fortalecer a independência da escola no trabalho de elaboração do projeto político pedagógico, de qualificar permanentemente o corpo docente em todo o Estado, as matrizes de competências são parâmetros fundamentais para o desenvolvimento de toda a atividade educativa à qualidade de Educação (SEE-GO, 2006).

Os currículos são fruto de escolhas didáticas, políticas e ideológicas. Ao longo da história, as teorias curriculares o compreenderam como uma construção social que delimita territórios, caminhos e discursos, além de produzir relações de saber, poder e ser. Em outras palavras, o conhecimento que constitui o currículo está profundamente envolvido em quem somos, no que nos tornamos: em nossa identidade, em nossa subjetividade, como observa Tomaz Tadeu da Silva (1999), professor de teoria e currículo. Nesse sentido, a avaliação se apresenta como um processo formativo cujos princípios são o trabalho coletivo, a organização do tempo e do espaço na escola, a compreensão das diferenças e a inclusão. A prática da avaliação em perspectiva formativa deve levar a mudanças na prática escolar, na organização curricular, na relação com o conhecimento, na metodologia de ensino, nas relações profissionais, para fortalecer o processo ensino-aprendizagem no contexto escolar (DCGO, 2019).

Diversas medidas foram desenvolvidas para a construção de um programa voltado para a melhoria efetiva da qualidade de aprendizagem dos alunos goianos. Este trabalho, que durou cerca de seis anos, contou com o apoio de professores universitários e pesquisadores. A discussão foi sobre o tema “Direito ao estudo”, do qual as crianças não poderiam ser excluídas e não poderiam ter mais repetições. O passo seguinte na construção do DC-GO foi a socialização da primeira versão, envolvendo o maior número possível de docentes em análises e contribuições, com o objetivo de construir o respeito às regiões e à diversidade de cada município goiano. O envolvimento dos professores que trabalham em sala de aula com as crianças/alunos foi um ponto importante para a equipe. O objetivo era que o DC-GO fosse escrito democraticamente por várias mãos. Antes da socialização havia: encontro educativo, webconferências, seminários regionais, consulta pública e seminário estadual (DCGO, 2019).

Diante de uma nova realidade social, com o uso frequente das tecnologias digitais de informação e comunicação (TDIC), novas necessidades e demandas estão surgindo. Portanto, a instituição de ensino deve repensar suas práticas, preparar os alunos para

uma sociedade cada vez mais digitalizada e encontrar um lugar no ciberespaço para um olhar crítico sobre as diferenças e as múltiplas identidades (ROJO, 2013). Para Fernandes (2005) o tema da diversidade cultural está ligado ao conhecimento e valorização das características étnicas e culturais dos diferentes grupos sociais que povoam o território nacional, às desigualdades socioeconômicas e à crítica às relações sociais discriminatórias que atinge os brasileiros, penetrando na sociedade, no intuito de oferecer ao aluno a oportunidade de conhecer o Brasil como um país complexo, multifacetado e por vezes, paradoxal. Um dos objetivos gerais da educação básica é o conhecimento e valorização da diversidade do patrimônio sociocultural do país, bem como dos aspectos culturais de outros povos e nações, e alunos e professores devem se posicionar contra todas as formas de discriminação com base nas diferenças de classe cultural, características sociais, de gênero, étnicas ou outras características individuais e sociais (DCGO, 2019).

Na rede pública de ensino do Estado de Goiás, assim como em outras redes nacionais e internacionais, é possível identificar as diferenças sociais e culturais que geram diferentes necessidades de aprendizagem, verificar as práticas e vivências comuns a todos os alunos, atores envolvidos nos relacionamentos educacionais. Os pontos dessa convergência são abordados nos textos das áreas de conhecimento, nos eixos de articulação/orientação das disciplinas, nas expectativas de ensino e aprendizagem e nas competências apresentadas nas matrizes de competências educacionais básicas que são a base do currículo, propostas de unidades escolares públicas. Portanto, a criação de matrizes contribui para a construção da unidade e integração, que visa garantir o respeito à diversidade, característica cultural do estado (SEE-GO, 2006).

Nesse contexto, Moreira & Candau (2008) justificam e defendem a importância de currículos multiculturalmente orientados e estabelecem alguns princípios básicos para o seu desenho, que devem se basear na necessidade de contextualização na escola e no processo de construção de diferenças e desigualdades. Para os autores, diferenças e desigualdades não podem ser vistas de forma natural, pois são construções históricas de homens e mulheres e, portanto, ameaçadas de desestabilização ou mesmo transformação. O principal desafio da escola/educação é respeitar todas as identidades e considerá-las legítimas (PURIFI CAÇÃO et, al, 2020).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para atender às novas necessidades sociais, as instituições de formação de professores estão constantemente adaptando seus projetos educacionais. A mudança final foi produto das resoluções da CNE. nº. 02 de 2015/2019 que estabeleceu novas regras e diretrizes para a formação de professores no Brasil. Espera-se que as novas alterações anunciadas no atual currículo alterem estas orientações, nomeadamente no que diz respeito ao perfil dos licenciados e suas respectivas habilitações. Alguns educadores temem

que alguns campos desapareçam, ressaltando que, se isso acontecer, teremos - junto com o novo currículo - a necessidade de implementar disciplinas que possibilitem a diversidade de competências nos cursos de graduação (PURIFICAÇÃO, et. al, 2020).

Compartilhamos a visão de Candau (2011) de que as diferenças identificam desigualdades existentes entre e dentro das culturas e acreditamos no ideal de Freire (1996) de abordar a intencionalidade pedagógica na educação multicultural. Diante do exposto, confirmamos que a escola é o local ideal para o encontro de diferentes pessoas. É no ambiente escolar, rico em tanta diversidade, que podem ocorrer períodos de tolerância, respeito ao próximo, empatia e superação de preconceitos, mas também o contrário. Idealmente, é que esse ambiente de diversidade, que chamamos de escola, esteja cada vez mais disposto a aceitar as diferenças (PURIFICAÇÃO, et. al, 2020).

REFERÊNCIAS

BANNELL, R. I.; DUARTE, R.; CARVALHO, M. C.; PISCHETOLA, M.; MARAFON, G.; CAMPOS, G. H. B. **Educação no século XXI. Cognição, Tecnologias e Aprendizagens**. Petrópolis: Vozes; Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2016.

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília, 2016 (2ª versão). Disponível em: <http://undime-sc.org.br/download/2a-versao-base-nacional-comum-curricular/>. Acesso em: 16 set. 2022.

BRASIL. **Parecer n. 02/2015 - CNE/CP**, de 9 de junho de 2015. Brasília, Diário Oficial da União, Seção 1, p.13, 25 de junho de 2015.

BRASIL. **RESOLUÇÃO CNE/CP No 2, de 20 de dezembro de 2019**. Define as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Formação Inicial de Professores para a Educação Básica e institui a Base Nacional Comum para a Formação Inicial de Professores da Educação Básica (BNC-Formação). Diário Oficial da União, Brasília, 15 de abril de 2020, Seção 1, p. 46-49

CANDAU, V. M. F. (2014). **Ser professor/a hoje: novos confrontos entre saberes, culturas e práticas**. *Educação*, 37(1), 33-41. <https://doi.org/10.15448/1981-2582.2014.1.15003>.

Documento Curricular para **Goiás (DC-GO)**. Goiânia/GO: CONSED/ UNDIME Goiás, 2018. Disponível em: <https://cee.go.gov.br>.

FERNANDES, J. R. O. **Ensino de história e diversidade cultural, desafios e possibilidades**. Cad. Cedes, Campinas, vol. 25, n. 67, p. 378-388, set./dez. 2005.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. 25ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

GODOY, A. S. **Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais**. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, mai/jun, 1995.

GOIÁS. Secretaria de Educação – SEE. **Currículo em debate: Currículo e práticas culturais – As áreas do conhecimento**. Caderno 3. Goiânia: SEE-GO, 2006

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos metodologia científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

PURIFICAÇÃO, M. M.; CATARINO, E. M.; TEIXEIRA, M. F. R.; SANTANA, L. de J.; ABDALLA, C. S.; ALVES, A. F. **Curriculum and Identity its Impacts on the School Context in Goiás: Points and Counterpoints**. Am. In. Mult. J., Jul to Oct. (9) 5, 2020, 196-204.

ROJO, Roxane (Org.). **Escola Conectada: Os multiletramentos e as TIC's**. São Paulo, Parábola, 2013.

SILVA, T. T. **Documentos de identidade: uma introdução às teorias do currículo**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999. SILVA, T. T. O currículo como fetiche. Autêntica: Belo Horizonte, 1999

OS INSTRUMENTOS DE CULTURA E CONSUMO PARA MODERNIZAÇÃO DAS MARCAS: O ESTUDO DO CASO PLAYARTE

Data de aceite: 01/11/2022

Mariana Vallareto Nery

Mestranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM) - Escola Superior Propaganda e Marketing – ESPM

Trabalho apresentado no 3º Encontro de GTs de Graduação - Comunicon, realizado no dia 10 de outubro de 2018.

RESUMO: A pesquisa propõe a análise dos desafios e estratégias para a modernização das marcas através dos instrumentos de cultura e consumo. Utilizando os conceitos de Branding dos autores: Aaker, Keller, Machado, e Semprini. O objetivo é aplicar as estratégias em marcas tradicionais, como no caso da marca PlayArte, por intermédio do estudo dos consumidores de cinema em São Paulo, em conjunto com a pesquisa do Focus Group e histórico da marca. Identificando as oportunidades para comunicação e criação da reputação no meio digital.

PALAVRAS-CHAVE:

Consumo; comunicação; pessoas; cultura; cinema.

O CONSUMO DO CINEMA EM SÃO PAULO

O cinema está presente na sociedade a mais de 120 anos - de acordo com o site da Revista Superinteressante¹ - sendo o meio para exibição da sétima arte de uma forma surpreendente que motiva e engajam inúmeras gerações a frequentarem as distribuidoras de filmes.

Atualmente umas em cada três salas de cinema do Brasil estão presentes em São Paulo; o estado abriga o maior número de salas do Brasil, cerca de 1030 salas ao todo, de acordo com o site G1² e a análise dos números atualizados do Observatório do Cinema e do Audiovisual, vinculado à Ancine³. As produções cinematográficas também são concentradas no estado de São Paulo, dos 142 filmes lançados em 2016, 43% foram feitos por produtoras

1 <https://super.abril.com.br/cultura/a-historia-do-cinema/>. Acesso em: 9 de abr. 2018.

2 <https://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/sao-paulo-abriga-13-das-salas-de-cinema-do-pais.ghtml>. Acesso em: 15 de mar. 2018.

3 <https://oca.ancine.gov.br/painel-interativo>. Acesso em: 2 de mar. 2018.

paulistas, de acordo com a Ancine.

A diretora-presidente da Ancine, Debora Ivanov faz uma análise do comportamento dos consumidores de cinema para uma matéria no site G1⁴, através da frequência de consumo e experiências propostas pelo cinema em todo o mundo. “É uma programação especial sair de casa, reservar um tempo exclusivo para aquele evento, encontrar os amigos e se deixar impactar por belas histórias. A experiência da sala de cinema é única. “No mundo inteiro as salas de cinema continuam um sucesso”, diz.

Cerca de 18% da população de São Paulo frequenta os cinemas 1 vez por mês, de acordo com o IBOPE⁵. A faixa etária dos frequentadores do cinema são jovens de 12 a 19 anos (28%), depois aparecem os adultos de 25 a 34 anos (26%) e os jovens de 20 a 24 anos de idade (17%). As mulheres representam 52% do público e os homens 48%, que pertencem majoritariamente à classe AB (63%). As classes C e DE representam 36% e 2% do público, respectivamente.

ESTUDO DO CASO PLAYARTE

A percepção sobre o cinema através dos dados mostra a influência do segmento na sociedade. Atualmente em São Paulo, uma das mais tradicionais distribuidoras de filmes é o Grupo PlayArte, com mais de 40 salas de cinemas distribuídas pela cidade. Esse relato demonstra como as marcas estão expostas no cotidiano dos consumidores, através de um segmento é possível viabilizar como as marcas perpetuam e influenciam comportamentos. Mas as companhias enfrentam grandes desafios para criarem uma boa visibilidade da marca com a renovação constante do público, por esse motivo, a modernização e inovação são os fatores mais custosos de serem trabalhados. O estudo do caso PlayArte demonstra através da percepção de comunicação, consumo e pesquisa como descobrir os principais problemas que fazem as companhias analisarem a imagem da marca e estratégias de reposicionamento.

As marcas que utilizam pouca inovação e não trabalham o posicionamento em conjunto com o mercado consumidor tem como resultado a baixa representatividade com o jovem. No caso da marca PlayArte, o grupo não direciona o seu posicionamento para as pessoas que apreciam os filmes *time mainstream*⁶ e não impactam os consumidores de cinema que gostam de filmes *time cult*⁷. Esses fatores são recorrentes dos dois segmentos presentes no grupo, os cinemas normais e os cinemas diferenciados (Splendor), sendo este o motivo para que o grupo não atinge um público-alvo e não proporcione o alcance regional da marca. A comunicação é focada no público da classe C e D mesmo com os

4 <https://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/sao-paulo-abriga-13-das-salas-de-cinema-do-pais.ghtml>. Acesso em: 15 de mar. 2018.

5 <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/16-da-populacao-tem-o-habito-de-ir-ao-cinema.aspx>. Acesso em: 12 de mar. 2018.

6 Caracterizado como os últimos lançamentos de filmes em Hollywood.

7 Filmes clássicos ou filmes atuais extremamente cultuados por fãs

serviços de salas *premium*⁸ situados na Avenida Paulista e frequentados pela classe A e B. A comunicação atual da PlayArte é engajada através das promoções, valores de ticket razoáveis e tabelados, e a relação da marca com os parceiros influentes. De acordo com essa análise, as marcas em situações semelhantes possuem alcance nacional, um *target*⁹ abrangente e pouco estabelecido.

No caso da marca PlayArte os serviços oferecidos estão relacionados com ausência de fila e salas lotadas - independente do dia - criando a liberdade para o consumidor chegar no horário do filme e conseguir participar da sessão sem ser incomodado. Esse fator é pouco explorado pela marca, porém ele não possui uma abrangência positiva e não é um feito proposital. Sendo assim, a marca possui problemas disfarçados de qualidades. Outros pontos negativos são: a indisponibilidade de reservar o lugar no horário da compra, ou seja, a disposição de lugares está relacionada com a ordem de chegada nas salas do cinema, e a falta de identidade visual da marca no ticket e nos pontos de venda.

A verdadeira medida de força de uma marca depende do que os consumidores sentem e pensam sobre essa marca e de como agem em relação a ela. Em particular as marcas mais fortes são aquelas pelas quais os consumidores ficam tão ligados e apaixonados que se tornam seus defensores e tentam compartilhar suas crenças sobre elas. (KELLER & MACHADO, 2005, p. 61)

Os principais concorrentes dessa categoria são definidos por estarem à frente em relação à inovação e estratégia, porém com inúmeros pontos de melhoria, ou seja, de oportunidades para as marcas tradicionais tomarem como base e usarem na sua renovação. A criação das oportunidades para as marcas tradicionais disputarem espaço no mercado - como a PlayArte - disputarem espaço no mercado, dependem das estratégias de Branding.

CONCEITOS DE BRANDING

Branding é o conjunto de atividades que visa aperfeiçoar a gestão das marcas de uma organização com diferencial competitivo, gerando valor econômico e principalmente valores culturais e sociais.

As marcas são ativos tangíveis e intangíveis de uma companhia, elas determinam e reproduzem as estratégias de uma empresa. A partir de 1980¹⁰, as companhias tiveram a percepção de que tratar marcas como fator estratégico estava se tornando essencial para os negócios. Essa necessidade surgiu quando as principais empresas, como por exemplo, a Kraft, tinham como mentalidade gerar promoções repetidamente, o “compre um e leve dois”, sendo assim, os consumidores esperavam a próxima promoção, comprando pelos motivos errados, desvalorizando a marca e o produto. No âmbito B2B e serviço, as empresas começaram a perceber que o fator de escolha estava sendo com base nas

8 Serviços de alta qualidade com valores elevados.

9 Público-Alvo

10 AAKER, David. On Branding: 20 princípios que decidem o sucesso das marcas. 1ª ed. – Porto Alegre: Bookman, 2015. p.8.

experiências do cliente. “Em contexto de serviços e B2B, os clientes estavam tomando decisões de compra e avaliando sua experiência de uso com base em elementos de marca que iam além do preço e dos atributos funcionais”. (AAKER, 2015, p. 8). Por esse motivo, a construção de marcas envolve a estruturação de valores mentais que ajudam o consumidor no momento da compra ou utilização do serviço, de modo que esclareça sua tomada de decisão e faça com que o cliente saiba distinguir uma marca da outra, sendo marcas de produtos ou serviços do mesmo segmento. Essa construção gera valor para uma empresa; o Branding faz com que os consumidores distingam as marcas de acordo com a experiência que elas podem proporcionar ou seu diferencial em relação a outras. Esse fato faz com que marcas de produtos essenciais, como arroz, feijão, sal, café, tornem-se referência para o público, ou seja, o cliente prefere comprar arroz Camil a consumir arroz de uma marca desconhecida. “Marca é algo que reside na mente do consumidor. Uma marca é uma entidade perceptiva com raízes de realidade, mas também é mais do que isso, pois reflete as percepções e idiossincrasias dos consumidores”. (KELLER & MACHADO, 2005, p. 10)

Estratégia de Branding para serviços são mais complexas e não dependem apenas de uma construção de marca, mas sim da prestação de serviços, da experiência e contato do consumidor com o serviço oferecido e com os prestadores do serviço (atendentes, recepcionistas). A reputação de uma marca como bancos e o Grupo PlayArte, também dependem do trabalho de Branding interno, colaboradores que acreditam nas marcas onde trabalham propagam seu conceito para o público externo. Sendo assim, o Branding para serviço constitui de dois segmentos: a construção de marca e a construção de conceito e reputação para público interno e consumidores. Uma empresa atual que trabalha essas duas vertentes de maneira promissora é o Outback, serviço de restaurante. A marca possui posicionamento, estrutura e engajamento para os consumidores, inovando-se e trazendo o conceito de restaurante Australiano para o Brasil; trabalhando também a experiência do público nos restaurantes através do ambiente diferenciado e principalmente dos funcionários dispostos a oferecer o melhor serviço focando sempre no bom atendimento.

Ela ajuda a popularizar uma marca e seus produtos, a fazê-los serem conhecidos e amados, a diferenciá-los daqueles da concorrência. A comunicação permite a uma marca impor-se apresentar e valorizar seu posicionamento, suas linhas de produtos. Ela serve ainda para se dirigir de forma precisa e pertinente a seu público-alvo para tecer um vínculo emocional e de confiança. (SEMPRINI, 2006, p.79)

A visão de uma marca pode ser aspiracional, refletir o posicionamento das estratégias atuais e futuras da companhia e representar o novo momento e tendências da empresa. Para criar uma gestão de Branding é necessário conhecer os valores e a missão da empresa, outro fator importante, é fazer análise dos clientes, concorrentes, tendências de mercado, forças ambientais – macro ambiental e micro ambiental - pontos fortes e fracos da marca em conjunto com as estratégias de negócio. “O posicionamento de marca é um

guia de comunicação de curto prazo que muitas vezes expressa o que será comunicado a qual público-alvo e com qual lógica”. (AAKER, 2015, p. 27)

Ao definir o posicionamento e os principais atributos para a análise dos segmentos, é necessário criar as associações que a marca precisa assumir, como: personalidade e persona da marca; programas e valores organizacionais; benefícios de auto expressão, emocionais ou sociais, aplicações, juntos essas atribuições simbolizam o *target* que querem atingir e personificar, ou seja, comunicando-se com o público específico.

A personalidade de uma marca é uma estratégia de Branding que cria o relacionamento com o cliente. Esse fator ocorre a partir do momento que a personalidade de marca é adquirida com características humanas e está relacionada com comportamento do público-alvo. As estruturas das marcas são criadas através das definições de personalidade da marca, depois desse momento, a forma como o produto será representado, os atributos, experiências com os clientes, imagem da marca com o consumidor, aplicações e valores passam a possuir um direcionamento. A personalidade da marca está relacionada com a visão estendida da sua capacidade em dialogar com as pessoas e torna-se reconhecida e lembrada, ou seja, uma marca forte. “As marcas abençoadas com uma personalidade têm uma vantagem enorme para conquistar e manter sua visibilidade, diferenciação e fidelidade, pois, normalmente, copiar uma personalidade é bastante difícil e ineficaz”. (AAKER, 2015, p.42)

Atualmente, a comunicação de uma marca nas mídias sociais também traduz o relacionamento com o cliente, pois o receptor - consumidor - tem a possibilidade de interagir e criar uma reputação de marca, ou seja, o consumidor produz e consome conteúdos relacionados à forma como a marca posiciona-se, criando assim, um relacionamento afetivo ou destrutivo nas redes sociais que poderá impactar diretamente o potencial da marca com o público.

Outra importante ferramenta do Branding é o Brand Equity¹¹, conhecido também como o valor emocional e psicológico que o produto ou serviço pode proporcionar para o consumidor, como por exemplo, o status ou ideologia/estilo de vida de usar ou frequentar determinado item ou local. Esses fatores são adicionados a produtos simples, como os chinelos das Havaianas, para fazer com que o produto que antes era um produto de consumo necessário, torne-se um produto de estilo de vida. A pessoa que usa havaianas quer mostrar que tem um estilo de vida descontraído, livre, mas com estilo e status. Essas ações geram valores emocionais para o cliente, aumentam o valor econômico da marca e resulta na fidelização do consumidor.

O mapa semiótico de Simprini mostra como constrói o Brand Equity da marca, os vetores de percepção são de forma vertical utópico e prática, sendo o utópico a marca ideal e o prático os atributos para compra. Cada vetor divide-se em dois segmentos: utópico crítico e lúdico; prático crítico e lúdico. Neles o comportamento do consumidor, o sonho de

¹¹ Valor adicional que se atribui algum produto/serviço.

marca, os atributos econômicos e as necessidades do cliente, em conjunto com o prazer ou status de possuir produto/serviço são colocados em perspectiva para criar o valor da marca.

Em conjunto com esse conceito a pirâmide de Keller auxilia também na criação do Brand Equity da marca, através de uma ótica diferenciada. Na base da pirâmide há a relação de proeminência ou primeira identificação com o consumidor, ou seja, o que a marca faz ou produz e como é lembrada. Subindo um nível na pirâmide passa a qualificar o desempenho e a imagem - o que a marca significa para o cliente. No terceiro nível está às respostas, julgamentos, sentimentos e percepção do público e no nível mais alto está o tema ressonância ou relacionamento que a marca quer criar com o seu *target*.

Por fim, a marca tem potencial de sustentar uma inovação, ela é transcendente e acompanha a inovação de um novo produto ou serviço. A marca não pode ser copiada, já um serviço/produto sim. Por esse motivo as estratégias de marca precisam acompanhar as inovações, as novas gerações e as mudanças do seu *target* de acordo com as mudanças culturais e sociais.

FOCUS GROUP X ESTRATÉGIAS DE BRANDING

Para realizar as estratégias de Branding em marcas que precisam ser modernizadas, a primeira ação é fazer uma pesquisa com o público que possui interesses relacionado ao produto ou serviço e que são consumidores ativos. Para isso, é necessário realizar um *Focus Group*¹² com intuito de entender os hábitos de consumo das pessoas que usam o serviço de forma recorrente ou até mesmo diária. Essa pesquisa é feita de forma qualitativa com cerca de 8 a 10 pessoas. Nesses casos, não é divulgado a marca, e sim o segmento - serviços de cinema, tv à cabo - para não influenciar a pesquisa. As ferramentas para a realização do Focus Group são o roteiro de perguntas e estímulos visuais para que os participantes sejam direcionados para os resultados esperados com a pesquisa. As perguntas envolvem conceitos sobre: quais marcas as pessoas mais conhecem, o porquê as principais são as mais conhecidos, que tipo de serviço levaria as pessoas a consumirem as marcas, com qual frequência elas usavam o produto ou serviço, qual era a preferência para serviços personalizadas, qual era o melhor dia para utilizar o serviço, o que achavam dos valores cobrados, costumavam comprar produtos complementares para frequentar o serviço, há outros serviços que substituem o segmento que está sendo apresentado, e por fim, se as pessoas visitavam também os serviços *premium* do segmento e como teria sido a experiência.

Com relação aos estímulos visuais são apresentadas imagens relacionadas ao segmento, incluindo os ambientes de outras marcas - sem citar os nomes das marcas - e imagens dos elementos que representam o segmento. Outros estímulos foram

¹² Grupo focal

influenciados através de perguntas lúdicas, como: quando a pessoa pensava no serviço ao que ela associava, qual sentimento de frequentar ou utilizar a marca, alguma emoção ou memória de um fato que tenha acontecido com o usuário, que público frequentava os locais da marca na percepção das pessoas do Focus Group e qual era a experiência vivida e se ela era importante para todos.

Através dessa metodologia, um grupo de alunos incluindo a autora do texto, da Faculdade Cásper Líbero, do curso de Publicidade e Propaganda com orientação do Prof. Dr. Eric de Carvalho¹³ fez um Focus Group¹⁴ por meio da pesquisa qualitativa sobre o estudo da marca PlayArte. Foi identificado no primeiro momento que a marca é tradicional e está perdendo sua relevância no mercado. Através do Focus Group os resultados ficaram mais tangíveis, principalmente quando os integrantes entrevistados não conheciam a marca, não associavam ao serviço oferecido e principalmente não dialogavam sobre a marca. Dessa forma, a compreensão de trabalhar e estudar a percepção da marca PlayArte com o público-alvo tornou-se extremamente relevante para aplicação das estratégias de Branding.

O estudo teve como intuito entender os hábitos de consumo dos frequentadores de cinema, ou seja, as pessoas que sentem diferença entre assistir filmes em casa e assistir filmes no cinema. O Focus Group foi filmado para analisar as perguntas e estímulos. Depois dessa análise, foi concluído que o problema da marca PlayArte Cinemas não é sobre sua qualidade ou preço, mas sim sobre a sua comunicação e posicionamento. Esse tipo de diagnóstico ocorre com inúmeras marcas que precisam ser modernizadas. O motivo principal é a incapacidade de atingir e dialogar com o seu público-alvo ou até mesmo, passar a segurança de que os consumidores conseguirão ter uma experiência relevante através dos serviços oferecidos, assim como teriam nos seus concorrentes. Geralmente, o público jovem não se identifica com a comunicação e não se sentem atraídos a trocar aquilo que já conhecem para conhecerem um serviço que mostra-se imóvel a novas tendências. Embora o serviço seja o mesmo e a qualidade, dependendo, até superior, a marca não atrai o público por não falarem a mesma linguagem.

As estratégias de Branding para mudar o cenário dessa categoria de marcas estão relacionadas com a criação de uma nova identidade visual e conceitual para marca, modificando-a para torná-la mais jovem e atrativa. Os públicos dessas marcas possuem características que poderão ser incorporadas na construção da personalidade da marca. Um exemplo tangível é tratar as marcas de entretenimento com uma opção de fuga da realidade, ou seja, um “happy hour” para depois do trabalho ou um dia difícil, engajando também a frequência das pessoas em dias de semana.

13 Doutor pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, na área de Estudo dos Meios e da Produção Mediática, seguindo a linha de pesquisa de Consumo e Usos Midiáticos nas Práticas Sociais. Professor universitário para o curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Cásper Líbero e Coordenador do Centro Interdisciplinar de Pesquisa.

14 <https://www.youtube.com/watch?v=Xf8--Yo12F8>. Acesso em: 20 de mar. 2018.

Em um mercado cada vez mais saturado e diversificado, afora raras exceções, uma marca não tem nenhuma chance de se impôr sozinha, sem suporte de uma estratégia de comunicação. Sufocada, afogada em uma oferta excessiva e continuamente renovada, ela não conseguiria se fazer conhecer, construir sua notoriedade. Mas, sobretudo, uma marca sem comunicação não vincularia nenhuma especificidade, não saberia qualificar sua presença e justificar sua originalidade, tanto sobre o plano de produtos propostos quanto por seu projeto de marca mais geral. (SEMPRINI, 2006, p.76)

Como o estudo dos consumidores rege as estratégias de Branding, o conceito de marcas regionais torna possível compreender o potencial do consumidor de maneira coesa e assertiva. As marcas regionais são caracterizadas com a essência do local e dos seus moradores em conjunto com a compreensão dos hábitos culturais e de consumo. Por esse motivo, as marcas regionais conquistam maiores vantagens em relação às nacionais. “A marca regional tem algumas vantagens. Já nasce na região, o que é importante, gera emprego, é tratada com orgulho local e como patrimônio. Ela surge com a predisposição de ser aceita”. Diz Rodrigo Souza, Diretor de Planejamento da agência Regional Promo, em entrevista ao Mundo do Marketing¹⁵. Através dessa perspectiva, as marcas nacionais e internacionais como: Nestlé, Sony e Skol mostram-se preocupadas em dialogar com o consumidor, construindo novos serviços e formas de comunicação específicas para cada região. Para o caso da marca PlayArte que nasceu, continua instalada na sua maior parte na cidade de São Paulo e possui a essência da cidade. Ser transformada em uma marca regional poderá torná-la uma referência para o cinema paulistano.

Outro posicionamento é associar a marca com os momentos especiais do cotidiano, exemplo disso são: os primeiros momentos, como o primeiro encontro, o primeiro beijo de um casal, a primeira ida de uma criança ao local, a estréia de um filme que a pessoa esperou um ano para ser lançado, até mesmo o encontro da família no final de semana. Assim, o conceito da marca estará preenchido de fatores emocionais que até o momento são pouco explorados. Fazer com que a comunicação seja baseada em primeiros momentos e em como eles permeiam a vida das pessoas é importante para dar a visibilidade de como as marcas possuem o potencial de serem contadoras e formadoras de histórias. As campanhas poderão usar relatos como: um casal de idosos que frequentam o ambiente da marca até hoje e teve seu primeiro encontro através desse serviço oferecido. Outro exemplo seria os pedidos de casamento realizados no ambiente inusitado que a marca proporciona. “A publicidade deste período apropria-se dos grandes temas do imaginário coletivo e enraizar-se nas práticas, nos comportamentos, na vida cotidiana”. (SEMPRINI, 2006, p. 77)

O apropriado para comunicação demonstrada acima é a criação de formadores de opinião. Essas pessoas exercem grande influência sobre outros públicos através das mídias sociais. Elas criam a reputação da marca e influenciam o consumo dos serviços

15 <https://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/mercado/14422/marcas-ganham-espaco-com-estrategia-regional.html>. Acesso em: 1 de abr. 2018.

por meio de publicações no Facebook, Instagram e YouTube apresentando o ambiente da marca de uma maneira positiva. Para o caso da marca PlayArte, os formadores serão os principais canais do YouTube sobre cinema - Operação Cinema¹⁶ e o Pipocando¹⁷ - com mais de 3 milhões de inscritos e 280 vídeos sobre filmes e cinema. Deste modo, os canais proporcionarão grande alcance para ação sobre o relato das histórias lúdicas dos públicos que frequentam o cinema.

O individualismo pode ser considerado pela marca de maneira infinitamente elástica. Pela multiplicidade de suas manifestações, a marca pode variar seus discursos, diferenciar seus objetivos, dirigir-se de forma quase personalizada a cada consumidor. Além do mais, a marca se inscreve obrigatoriamente no processo de comunicação que implica uma troca entre um emissor e um receptor. Os mecanismos interpretativos inerentes a todo processo de recepção permitem então, a cada destinatário, filtrar as mensagens da marca conforme sua perspectiva e suas expectativas pessoais. Enfim, as novas formas de comunicação interativa entre marca e seus públicos (Internet, novas mídias) instalam um simulacro de relação personalizada, no qual o indivíduo não está mais em posição de recepção passiva, mas colabora ativamente à construção da relação e de seu significado. (SEMPRINI, 2006, p. 71 e 72)

As competências digitais - sites, blogs, mídias sociais, vídeos online e os aplicativos de smartphones - são uma importante ferramenta para construção da marca. Elas têm o potencial de engajar os consumidores - principalmente com estratégias de comunicação relacionada às redes sociais - a escutar, aprender, acreditar, mudar os comportamentos e criar confiança para marcas pouco conhecidas e desenvolvidas. O meio digital têm o potencial de gerar experiência com o consumidor ou espectador, ampliando o conceito de oferta do serviço. “A NASCAR possui um aplicativo que permite que um membro do público nas arquibancadas escute a conversa entre os motoristas e os mecânicos. Agora o espectador está dentro da ação”. (AAKER, 2015, p. 102)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desafio das marcas tradicionais é recriar-se diariamente, trazendo as tendências e inovação para os atributos do negócio. Compreendendo assim, que ambos os fatores caminham em sincronia e são necessários para o sucesso e expectativa de vida das marcas. O principal fator para uma marca recriar-se é compreender a forma como o consumidor está posicionado na sociedade. Os fatores culturais e os hábitos de consumo regem a forma como as marcas são percebidas e absorvidas. O maior desafio das marcas tradicionais é acompanhar o público que está em constante mudança e os novos canais de comunicação utilizados. Por esse motivo, as marcas que sentem a necessidade de manter-se no mercado de forma positiva estarão em contato com as novas tendências de comunicação diariamente e realizarão pesquisas qualitativas de percepção semestralmente para que

16 <https://www.youtube.com/channel/UCT-QobdGYczKTSuWAQbQFAA>. Acesso em: 14 de abr. 2018.

17 <https://www.youtube.com/user/pipocandovideos>. Acesso em: 14 de abr. 2018.

haja o movimento de recriação das marcas tradicionais como um ciclo de aperfeiçoamento.

REFERÊNCIAS

AAKER, David. **On Branding: 20 princípios que decidem o sucesso das marcas**. 1ª ed. – Porto Alegre: Bookman, 2015.

ALUNOS DA FACULDADE CÁSPER LÍBERO – Bruna Nunes, João Chiaperini, Kenneth Freire, Luiza Iaconelli, Mariana Nery, Stefano Assi - COM ORIENTAÇÃO DO Prof. Dr. Eric de Carvalho. **Focus Group: Comportamento dos frequentadores de cinema**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Xf8--Yo12F8>>. Acesso em: 20 de mar. 2018.

CAESAR, Gabriela. **Dados sobre cinema: São Paulo abriga 1/3 das salas de cinema do país**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/sao-paulo-abriga-13-das-salas-de-cinema-do-pais.ghtml>> Acesso em: 15 de mar. 2018.

DE SÁ, Sylvia. **Marcas ganham espaço com estratégia regional**. Disponível em: <<https://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/mercado/14422/marcas-ganham-espaco-com-estrategia-regional.html>> Acesso em: 1 de abr. 2018.

KELLER, Kevin Lane & MACHADO Marcos. **Gestão estratégica de marcas**. 1ª ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

OPERAÇÃO CINEMA. **Canal do YouTube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCT-QobdGYczKTSuWABQbQFAA>> Acesso em: 14 de abr. 2018.

PIPOCANDO. **Canal do YouTube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/pipocandovideos>> Acesso em: 14 de abr. 2018.

SEMPRINI, Andrea. **A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea**. 1ª ed. São Paulo: Estação das Letras Editora, 2006.

SUPERINTENDÊNCIA DE ANÁLISE DE MERCADO. **Resultados do Cinema Brasileiro**. Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br/painel-interativo>> Acesso em: 12 de mar. 2018.

TARGET GROUP INDEX. **16% da população tem o hábito de ir ao cinema**. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/16-da-populacao-tem-o-habito-de-ir-ao-cinema.aspx>> Acesso em: 12 de mar. 2018.

TAVARES, Ingrid. **Uma breve história do cinema**. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/cultura/a-historia-do-cinema/>> Acesso em: 9 de abr. 2018.

DANIELA REMIÃO DE MACEDO - É fotógrafa. Doutoranda na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa (FBAUL), mestre em Artes Visuais (2018) pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), bacharel em Informática (1994) e mestre em Ciência da Computação (1999) pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). As suas principais linhas de investigação são Processos Fotográficos Históricos e Alternativos, As Mulheres na Fotografia e Álbuns de família. Membro do Conselho Científico da Atena Editora. Membro do Comitê de Poéticas Artísticas da Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas do Brasil (ANPAP). Membro do CIEBA – Centro de Estudos e de Investigação em Belas-Artes e do ICNOVA - Instituto de Comunicação da NOVA. Bolsista da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia. Website: www.daniremiao.com

A

Advertising 1, 12, 13, 14

Artworks 1, 3, 8, 11, 14, 15

C

Cinema 31, 33, 41, 62, 73, 74, 75, 78, 79, 80, 81, 82

Classificações 33

Communication 1, 16

Comunicação 16, 31, 33, 34, 45, 46, 50, 51, 53, 54, 58, 69, 73, 74, 75, 76, 77, 79, 80, 81, 83

Consumo 73, 74, 77, 78, 79, 80, 81

Cultura 17, 32, 42, 59, 60, 62, 64, 65, 68, 73, 82

Currículo 67, 68, 69, 70, 71, 72

D

Diferenças 67, 68, 69, 70, 71

E

Envelhecimento ativo 47, 48, 49, 57

F

Formação de professores 67, 68, 70

Fotografia 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 62, 83

G

Gênero 16, 19, 28, 30, 70

Graphic design 1

H

História da fotografia 16, 17, 18, 19, 26, 27, 29, 31

J

Japanism 1, 3, 6, 7, 11, 12, 13, 14

L

Leitura intersemiótica 33

M

Mulheres na fotografia 16, 29, 30

Musicoterapia 47, 48, 50, 51, 52, 54, 55, 56, 57

P

Pessoas 34, 47, 48, 49, 50, 56, 64, 71, 73, 74, 77, 78, 79, 80, 81

Pioneiras 16, 17, 19, 20, 29, 30, 31, 36

Poesia multimídia 33, 34, 35, 36, 37, 40, 41, 42, 45





Processos formativos 67

Q

Qualidade de vida 47, 48, 49, 50, 51, 56, 60





T

Tipologia dos clipoemas 33

www.atenaeditora.com.br 
contato@atenaeditora.com.br 
@atenaeditora 
www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

ARTE E CULTURA

Investigações e experimentos

www.atenaeditora.com.br 
contato@atenaeditora.com.br 
@atenaeditora 
www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

ARTE E CULTURA

Investigações e experimentos