

IN THIS JOURNAL

Common and Sustainable
Future

Design and Environmental
Culture

Process of their Historical
Development

Historical Feature and its
Role



Great Britain
Journals Press

London Journal of Research in Humanities & Social Science

Volume 24 | Issue 11 | Compilation 1.0

journalspress.com

Print ISSN: 2515-5784
Online ISSN: 2515-5792
DOI: 10.17472/LJRHSS





LONDON JOURNAL OF RESEARCH IN HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

PUBLISHER

Great Britain Journals Press
1210th, Waterside Dr, Opposite Arlington Building, Theale, Reading
Phone:+444 0118 965 4033 Pin: RG7-4TY United Kingdom

SUBSCRIPTION

Frequency: Quarterly

Print subscription

\$280USD for 1 year

\$500USD for 2 year

(color copies including taxes and international shipping with TSA approved)

Find more details at <https://journalspress.com/journals/subscription>

ENVIRONMENT

Great Britain Journals Press is intended about Protecting the environment. This journal is printed using led free environmental friendly ink and acid-free papers that are 100% recyclable.

Copyright ©2024 by Great Britain Journals Press

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, distributed, or transmitted in any form or by any means, including photocopying, recording, or other electronic or mechanical methods, without the prior written permission of the publisher, except in the case of brief quotations embodied in critical reviews and certain other noncommercial uses permitted by copyright law. For permission requests, write to the publisher, addressed "Attention: Permissions Coordinator," at the address below. Great Britain Journals Press holds all the content copyright of this issue. Great Britain Journals Press does not hold any responsibility for any thought or content published in this journal; they belong to author's research solely. Visit <https://journalspress.com/journals/privacy-policy> to know more about our policies.

Great Britain Journals Press Headquarters

1210th, Waterside Dr,
Opposite Arlington
Building, Theale, Reading
Phone:+444 0118 965 4033
Pin: RG7-4TY
United Kingdom

Reselling this copy is prohibited.

Available for purchase at www.journalspress.com for \$50USD / £40GBP (tax and shipping included)

Featured Blog Posts

blog.journalspress.com

They were leaders in building the early foundation of modern programming and unveiled the structure of DNA Their work inspired environmental movements and led to the discovery of new genes They've gone to space and back taught us about the natural world dug up the earth and discovered the origins of our species They broke the sound barrier and gender barriers along the way The world of research wouldn't be the same without the pioneering efforts of famous research works made by these women Be inspired by these explorers and early adopters- the women in research who helped to shape our society We invite you to sit with their stories and enter new areas of understanding This list is by no means a complete record of women to whom we are indebted for their research work but here are of history's greatest research contributions made by...

Read complete here:
<https://goo.gl/1vQ3lS>



Women In Research



E-learning and the future of...

Education is one of the most important factors of poverty alleviation and economic growth in the...

Read complete here:
<https://goo.gl/SQu3Yj>



Writing great research...

Prepare yourself before you start Before you start writing your paper or you start reading other...

Read complete here:
<https://goo.gl/np73jP>

Journal Content

In this Issue



Great Britain
Journals Press

- i. Journal introduction and copyrights
 - ii. Featured blogs and online content
 - iii. Journal content
 - iv. Editorial Board Members
-

1. Art, Design, and Environmental Culture in Early Childhood Education: Building a Common and Sustainable Future. **1-10**
 2. Publicity and Culture: the Audiovisual Advertisement for Polar Beer as a Micro-historical Feature and its Role as a Social Agent. **11-25**
 3. Typology of Volume-Space Structures of the Orthodox Monasteries of the Kaluga Province in the Process of their Historical Development. **27-38**
 4. Psychological Vulnerability of Students in General Education School As A Risk Factor for Personal Psychological Health. **39-45**
 5. Gestures of the Spirit: Criticism or Creation. **47-62**
-

- V. Great Britain Journals Press Membership

Editorial Board

Curated board members



Dr. Prasad V Bidarkota

Ph.D.,
Department of Economics
Florida International University
USA

Dr. Stephen E. Haggerty

Ph.D. Geology & Geophysics,
University of London
Associate Professor
University of Massachusetts, USA

Dr. Victor J. Tremblay

Department of Economics,
Oregon State University Ph.D.,
Economics Washington State University

Dr. Heying Jenny Zhan

B.A., M.A., Ph.D. Sociology, University of Kansas, USA
Department of Sociology
Georgia State University, US

Dr. Bruce Cronin

B.A., M.A., Ph.D. in Political Science,
Columbia University
Professor, City College of New York, US

Dr. Adrian Armstrong

BSc Geography, LSE, 1970
Ph.D. Geography (Geomorphology)
Kings College London 1980
Ordained Priest, Church of England 1988
Taunton, Somerset,
United Kingdom

Dr. Periklis Gogas

Associate Professor
Department of Economics,
Democritus University of Thrace
Ph.D., Department of Economics,
University of Calgary, Canada

Dr. Rita Mano

Ph.D. Rand Corporation and University of California,
Los Angeles, USA
Dep. of Human Services,
University of Haifa

Dr. William Franke

Ph.D. in Comparative Literature, Stanford University,
Second University of Naples
Professor of Comparative Literature and Italian
and Professor of Religious Studies,
Vanderbilt University, US

Dr. Kaneko Mamoru

Ph.D., Tokyo Institute of Technology
Structural Engineering
Faculty of Political Science and Economics, Waseda
University, Tokyo, Japan

Omonijo Ojo

Student Industrial Work Experience
Scheme Covenant University, Ota,
Ogun-State Obafemi Awolowo
University Sociology of Development Covenant
University, Ota, Nigeria

Dr. Haijing Dai

Assistant Professor Chinese University of
Hong Kong Department of Social Work Doctor of
Philosophy Social Work and Sociology University of
Michigan, Ann Arbor

Dr. Alis Puteh

Ph.D. (Edu.Policy) UUM
Sintok, Kedah, Malaysia
M.Ed (Curr. & Inst.)
University of Houston, US

Dr. Gisela Steins

Ph.D. Psychology, University of Bielefeld, Germany
Professor, General and Social Psychology,
University of Duisburg-Essen, Germany

Dr. Edward C. Hoang

Ph.D.,
Department of Economics,
University of Colorado USA

Dr. Danielle Riverin-Simard

B.A., M.A., Ph.D., Cognitive training,
University Laval, Canada
Professor Emeritus of Education and Educational
Psychology,
Laval University, Canada

Dr. Arturo Diaz Suarez

Ed.D., Ph.D. in Physical Education
Professor at University of Murcia, Spain

Dr. Luisa dall'Acqua

Ph.D. in Sociology (Decisional Risk sector),
Master MU2, College Teacher in Philosophy (Italy),
Edu-Research Group, Zürich/Lugano

Research papers and articles



Scan to know paper details and
author's profile

Art, Design and Environmental Culture in Early Childhood Education: Building a Common and Sustainable Future

Parode Fabio Pezzi & Zapata Maximiliano

Universidade Federal do Ceará – UFC

ABSTRACT

Art and design as disciplines complement each other within the horizon of culture for sustainability. There are designers and artists who use methods and practices within their specific fields to produce meaning through their devices and artifacts. From the perspective of building a collective culture for environmental protection, some strategies emerge in the planning of a sustainable future. Developed by the Brazilian designers, the Campana Brothers, the articulation between art and design is one of these strategies. This paper addresses the cultural production articulated by the design-art (author design) of these designers. Through this investigation, we seek to establish a correlation between art and design with the logic of sustainability and environmental care as a semantic vector. As an underlying issue, we question how art and design, in their author design approach, can contribute to the culture of sustainability. The method used is qualitative with an exploratory bias. As an expected result, this paper aims to qualify the research currently conducted within the creative field between design and art.

Keywords: design, art, cultural industry, campana brothers.

Classification: LCC Code: NX180.S6

Language: English



Great Britain
Journals Press

LJP Copyright ID: 573321

Print ISSN: 2515-5784

Online ISSN: 2515-5792

London Journal of Research in Humanities & Social Science

Volume 24 | Issue 11 | Compilation 1.0



Art, Design and Environmental Culture in Early Childhood Education: Building a Common and Sustainable Future

Parode Fabio Pezzi^α & Zapata Maximiliano^σ

ABSTRACT

Art and design as disciplines complement each other within the horizon of culture for sustainability. There are designers and artists who use methods and practices within their specific fields to produce meaning through their devices and artifacts. From the perspective of building a collective culture for environmental protection, some strategies emerge in the planning of a sustainable future. Developed by the Brazilian designers, the Campana Brothers, the articulation between art and design is one of these strategies. This paper addresses the cultural production articulated by the design-art (author design) of these designers. Through this investigation, we seek to establish a correlation between art and design with the logic of sustainability and environmental care as a semantic vector. As an underlying issue, we question how art and design, in their author design approach, can contribute to the culture of sustainability. The method used is qualitative with an exploratory bias. As an expected result, this paper aims to qualify the research currently conducted within the creative field between design and art.

Keywords: design, art, cultural industry, campana brothers.

Author α: Professor at the Graduate Program in Communication, Universidade Federal do Ceará – UFC, Brazil.

σ: Master in Philosophy at Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, Brazil. PhD student in Communication in the Postgraduate Program in Communication at the Federal University of Ceará.

I. INTRODUCTION

Contemporary challenges surrounding the climate crisis and sustainable development face new impasses: the Anthropocene and the perspective of surpassing a turning point. Two major events in Brazil signal the beginning of a period of extreme transformation: massive floods occurred in May 2024 in the south of the country, where entire cities disappeared in torrents, and the intensification of the savannization process of the Amazon region, producing droughts and desertification in a continuous process, leading to drastic changes in the forest's resilience system. Additional factors in the Amazon region are also increasing the urgency on the climate crisis scenario and highlighting the need for environmental preservation, such as mineral extraction with water pollution, logging with wildfires, and the recent discovery of oil wells at the mouth of the Amazon River, which challenges the region's environmental security. Systematically, these factors intensify the climate warning signals, stimulating research across various fields of knowledge that seek to mitigate and prevent the effects of the climate crisis.

Global society is facing new challenges regarding the increasing climate crisis. The question of how the planet will resemble in the long-term future is now part of the agenda of many organizations and studies. Climate changes (including global warming), greenhouse effect, melting polar ice caps, rivers, oceans, and air pollution, deforestation, and the extinction of numerous animal species, are some of the environmental problems that have intensified recently. What legacy will contemporary society leave for future generations?

Under this perspective of the climate crisis, the work of the Campana Brothers brings aesthetic and formal elements for a reflection on the

production of culture that promotes sustainability in its entirety.



Source: O Globo (Online)¹

Figure 1: Death of Pink River Dolphin in the Amazon Region



Source: Brasil de Fato (Online)²

Figure 2: The Burning Amazon

¹<https://oglobo.globo.com/brasil/meio-ambiente/noticia/2023/10/01/governo-e-ongs-enviam-missao-para-area-onde-morre-ram-botos-no-amazonas.ghtml> <accessed on: 16.06.2024>

²<https://www.brasildefato.com.br/2023/09/05/brasil-estancou-desmatamento-da-amazonia-mas-ponto-de-nao-retorno-ainda-esta-proximo#:~:text=Uma%20an%C3%A1lise%20do%20projeto%20Mapbiomas,equivalente%20%C3%A0%20%C3%A1rea%20da%20Fran%C3%A7a.> <accessed on: 16.06.2024>

Industrial capitalism, since its development, has led to significant changes in the condition of earthly life. Now, around 250 years later, we are possibly witnessing the advent of the period identified as the Anthropocene: a definitive period of transformation of the Earth caused by human action. Since the first major oil crisis in the 1970s, sustainability has emerged as the great challenge and perhaps the utopia of the modern world.

The focus researching renewable and clean energies has never been so necessary and urgent. However, in Brazil, the recent discovery of oil fields in the Amazon Basin region raises the alarm once again, not only due to a misguided perspective of strategic investment, but also of potential accidents that could compromise a region that is fundamental to the planet's climate balance, since what happens in the world's largest tropical forest, the Amazon Rainforest, affects climatic conditions in various other regions of the earth. Similarly, global warming, in its process of intensification, could cause large-scale melting of the polar ice caps and, consequently, affect the shape of coastal regions of the continents, as well as impacting air and moisture flows, atmospheric rivers, and causing unpredictable disruptions in climate processes.

A critically important point in this context is the situation of the populations inhabiting the vast Amazon rainforest, the named indigenous peoples, since the economic development of the Amazon region systematically impacts the forest biomes, thereby affecting the global climate environment. It is at this juncture that the situation of indigenous peoples living in their reserves becomes so crucial and strategically important to be considered broadly with international policies for protection, given that they directly contribute to forest's protection through their culture and way of life.

As outlined above, the consequences of the climate crisis in Brazil have become more intense in 2024, urgently prompting us to consider the urgent need for prospecting and developing research on advancing different ways to mitigate its impacts. One of the strategies resulting from our current research has led us to define new ways

to enhance education at elementary levels, focusing on children and youth, as well as on the symbolic construction of sustainability through culture, specifically through cultural innovation via art and design. The underlying premise of our research is the perception of culture as a process and construction within a post-structuralist perspective and within the scope of complex thought, where transforming the collective perception of the climate crisis issue involves building a culture for sustainability. In this paper, we will specifically address strategic investment through symbolic production in the author's art and design of the Campana Brothers.

This paper stems from broader research on design, innovation, and culture, focusing on generating affection and a sense of preservation through design-art objects, thereby minimizing the need for disposal and consequently expanding possibilities for environmental preservation and care. To what extent is the industrial model, with its production and consumption prerogatives, including planned obsolescence and the need for mass consumption, receptive to this new paradigm of sustainable development? To what extent could what currently affect Brazil in terms of climate transformations potentially impact the planet as a whole?

Being a continuation of the paper "Arts, design and culture: in search for sustainability", in this paper we aim to update our research and content on author design. It focuses not only on the dynamics of generating affection through artifacts conceived in the art-design relationship, potentially fostering a special relationship that stimulates the principle of durability, but also in its overarching challenge, which is the construction of a culture for sustainability that functions regularly and structurally, promoting environmental care through symbolic goods. It involves a process of symbolic construction through culture that can act suggestively (through aesthetics) and informatively (through formal definitions), simultaneously. But how can design, in its strategic approach with art as a language, act as a transformative agent in future scenarios regarding the environmental crisis?

Affective values can be intrinsically obtained through aesthetic experiences with chosen materials and through the development of concepts using methodologies and projected scenarios. Above all, the aim is to create an explicit relationship between art, design, and artifacts that can be associated with sustainability principles.

In the 1980s, Gro Harlem Brundtland, in her report titled "Our Common Future", defined the notion of sustainable development in its multiple aspects. It became a fundamental reference for future studies on development and environment. According to Brundtland (1987), sustainable development is associated with the idea of preserving natural resources for future generations. In the "Our Common Future" report, she states: "Believe in sustainable development, which implies meeting the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs."

II. DESIGN AND THE CONSTRUCTION OF SUSTAINABILITY CULTURE

Sustainability has become a fundamental necessity in the context of contemporary societies, given the intensification of climate impacts. Within this scenario, the field of design, particularly strategic design, enables, through its theoretical-applied research, the development of methodologies that generate scenarios and solutions focused on sustainable development.

One of the projective paths of strategic design is the perspective of cultural innovation, which focuses on generating meaning through the symbolic dimension, implementing models of products, services, and experiences that generate significance in the language of objects.

In this regard, within the premises of cultural innovation in strategic design, there is an approach to the symbolic realm of art through design. It is in this sense that the study previously presented on the design-art of the Campana Brothers aligns with the perspective of Cultural Innovation. In the earlier phase of this research, we focused on the potential for design to stimulate

the dimension of affection towards objects and, consequently, enhance levels of subjective attachment and longevity. We understand that objects with greater meaning and symbolic value tend to have greater durability over time, because users adopt protective measures for their care and preservation.

Methodologically, our research is based on a qualitative approach with a theoretical-applied investigation into strategic design and designers who seek to add symbolic value to their objects, thereby enhancing sustainable development broadly on a cultural level. To achieve this, we rely on an approach rooted in signification, semiotics, and cultural studies. The sign regime that underpins the construction of these design artifacts involves generating affection and adding symbolic value. We explore conceptual devices that, through their nominal value, aim to generate new concepts and consumption perceptions. In this approach, we encounter the work of the Campana Brothers, who, throughout their career as designers, stand out for their exploration of author design, or design-art.

The methodological perspective of strategic design, particularly the logic of metaproject, emerges as the distinctive factor capable of enhancing concept generation and qualifying the creative process, thereby expanding possibilities for constructing scenarios, solutions, and future visions. This includes objects, services, and experiences focused on specific principles defined beforehand, in this case, sustainable development. The question guiding this research is: to what extent can design serve as a strategic device capable of generating artifact projects based on common well-being and environmental preservation?

III. CULTURAL INNOVATION AND AUTHOR DESIGN

"Our Common Future", the report by Gro Harlem Brundtland (1987), introduces the key concept for the sustainable development movement we apply in this project. Sustainable development, according to the perspective outlined in the report, is associated with creating new conditions

of existence on the planet, addressing sustainability through three main axes: environmental, social, and economic. Under this perspective, our research has led us to conceive a design methodology aimed at articulating culture as a field for investment in innovations at the symbolic and communicational levels. Thus, this approach contributes to the process of constructing Sustainability in its broader and more complex perspective.

Therefore, we direct our research focus towards the levels of cultural production related to sustainability through non-industrial design, a type of design that reacts to the environmental degradation caused by massive consumption without durability criteria. Within this framework, we identify the relationship between design and art as a strategic production of means for a sustainable future. It is in this context that we encounter the concept of author design.

Thinking about current climate issues and the need to develop strategies to mitigate the negative effects of climate change has led us to the necessity of designing ways to consolidate levels of prevention and consistency in collective effort and adherence to the cultural transformations necessary to mitigate and ensure quality of life despite climate changes.

Thus, we arrive at the strategic notion of design focused on transformation through culture, leveraging the power of semiotic articulation around the value of sustainability—specifically, the need to develop a language of objects, both visual and material semiotics, closer to a shared project for a sustainable future. Transforming habits and values through design involves encouraging alternative forms of consumption and reducing the impacts of waste disposal and accumulation on the environment. Author design, from the perspective of the Campana Brothers as cultural innovators, constructs semiotic texts in the realms of art and design, stimulating reflection on conscious and enduring consumption, ultimately envisioning a common and sustainable future on planet Earth.

In the scope of our research, we aim to invest in two approaches to addressing the climate crisis:

Designing a sustainable future from childhood, through the development of art and environmental education disciplines in elementary education.

Bringing art and design closer together, altering consumption perception through an affectionate perspective. In this regard, we find the Campana Brothers as a Brazilian reference with international projection where the concept of sustainability is effective.

In this paper, we will expand the first approach, focusing on the convergence of art and design, particularly author design, through the works of the Campana Brothers. Subsequently, in the next paper, we will discuss the experience of art and environmental education disciplines in the fundamental education cycles, involving children between the age of eight and eleven, in a network of public schools in Brazil. This ongoing experience will be reported on later.

3.1 An Update on the Concept of Author Design from the Campana Brothers

How does the work of the designers Campana Brothers align with the concept of sustainable development? We aim to highlight elements in their work that symbolically contribute to a culture of sustainability, proposing through differentiation, uniqueness, and ontological dimension, a new regime of 'Campanian' signs. What are the fundamental signs of the Campana language? The overarching concept to be developed here aligns with the sense proposed by Foucault (2008) of dispositifs, considering author design as a cultural dispositif.

In what ways can Campana's artifacts, such as chairs, lamps, cabinets, etc., enhance sustainability values? What role does art play in this process?

Combining art and design, in addition to working at the threshold of each one of them, is both part of the strategy and methodological choice of the Campana Brothers. Their design projects have an

explicit purpose: to merge the languages of art and design, therefore creating affective, playful meanings through the semiotic combination of language elements, using recycled materials and concepts associated with nature, social issues, and culture. This approach leads us, through their objects, to a critical reflection on consumption processes and industrial impacts on the environment.

The origin of this strategy lies in generating symbolic values through the subject's marks, emphasizing the presence of art in design. The Campana Brothers' design always refers to the subject of creation: the author. In their design project, this authorial perspective contrasts with the hegemonic model of industrial design, which is based on serial production, universality, and planned obsolescence.

The work of the Campana Brothers asserts singularity, particularity, and originality. Around these values, their logic approaches art's logic. From an Adornian aesthetic perspective, a work of art, in its immanent process, by its originality, is resistance.

The creative process that leads to the construction of the artwork, from an Adornian aesthetic standpoint, is singular and formative of a subjectivity whose layers form rhizomes in a complex interplay, capable of articulating cultural and social relations in the processual construction through the aesthetic experience between subject and object. The creative process in the fields of art and design is permeated by the issue of representation, involving the play of signs, impasses, and limitations of constructing a work with a particular symbolic language, as well as by the empirical experience with materials. All these elements, articulated in the dimension of the creative process and the generated text, ultimately transform subjectivities.

From the creative experience of art emerges a cultural Other, whose density and perception can be understood through philosophical insight. According to Adorno, art resists the massifying and reducing processes of society and labor relations, including the industrial processes of

production and consumption. In the philosopher's view, through its interplay between subject and object, art generates dynamics of subjectification, singularizing and producing differences in production.

"Art behaves towards its Other like a magnet in a field of iron filings. Not only its elements, but also its constellation, the specifically static character commonly attributed to its spirit, refers to this Other. The identity of the artwork with existing reality is also the identity of its form of attraction, which gathers around its *membra disiecta*, traces of being the work presents itself to the world through the principle that opposes it and by which the spirit has shaped the world itself." (Adorno, 2011, p. 21).

Through Adorno's work, it can be said that the artwork, by virtue of its singularity and difference within a mass context, produces resistance, opening other viewpoints and experimentations. Retrieving the thesis that aligns design-art production with cultural innovation, we consider that the artwork, in this case, invites an experience of counterpoint with the hegemonic model, generating new perceptions of the world and culture. It is in this sense that the design-artwork of the Campana Brothers can innovate the realm of meaning, bringing forth new possibilities of social interactions, whether among the objects themselves or in the relationship between objects and human beings.

The artworks that appeal to the realm of art as a symbolic value are the ones that break away from the dominant pattern of production and consumption, as they entice feelings and affections, thereby encouraging preservation, durability, and consequently, reducing levels of waste in nature. An art-styled design object is an object that attracts a particular type of evaluation and has a differentiated symbolic value because it departs from banality, elevating itself above the average commonplace, and therefore is treated as something special that tends to be enduring, akin to an art object. However, a problem to be addressed is the issue of elitization of these objects, namely, the lack of social inclusion in the

sustainable development project focused on longevity through art-design.

The ethical, aesthetic, and political affirmation desired by the Campana brothers is evident in their works, where the language shaped by the design-art relationship constructs meaning from the human-nature concept, ultimately promoting sustainability as an underlying differential. Similarly, when they employ craftsmanship with preservation of ancient traditions and techniques, they appeal to sustainability as a counterpoint to mass consumption. The method of the Campana brothers reveals itself against the, so to speak, non-Cartesian method, embracing creative perspectives closer to complex thinking, as described by Morin (2005).

3.2 About the Campana Designers

The work of these designers raises some considerable points regarding the relationship between art, design, and sustainability. The Campana brothers have had an unorthodox career

path, as Humberto and Fernando Campana are not designers by profession; they are a lawyer and an architect, respectively.

The Campana Brothers emerged from the interior of Brazil and gained international fame, becoming an undisputed reference in the field of contemporary design. Undoubtedly, Italian design has strongly influenced these artists to the extent that many of their projects are recognized as "Made in Italy". The Italian company Edra is responsible for producing a significant portion of the Campanas' internationally acclaimed work; however, the dynamic creativity of these designers is rooted in Brazilian culture, characterized by a playful, organic language, with biomorphic appeals from the animal and plant kingdoms. The theme of 'Brazilian-ness' is inspiring and largely defines the social concepts embedded in their projects. The chair titled 'Favela' serves as an excellent example of this rhetoric. The Campana method is experimental and subject to chance.



Source: <http://novitaambientes.wordpress.com/2009/11/11/cadeira-do-mes-favela/> accessed on 18/06/2024.

Figure 3: Favela Chair, 1991



Source: https://br.freepik.com/fotos-premium/vista-das-casas-da-favela-do-cantagalo-em-ipanema-no-rio-de-janeiro_12005568.htm#query=casa%20favela&position=6&from_view=keyword&track=ais_user&uuiid=e24831d8-oao2-4d8a-8cfo-364884dbc77c

Figure 4: Cantagalo Favela, Rio de Janeiro



Source: https://www.moma.org/learn/moma_learning/fernando-campana-and-humberto-campana-vermelha-chair-1993/ accessed on 18/06/2024

Figure 5: Red Chair, 1993



Source: <https://pt.quora.com/O-que-%C3%A9-fazer-um-gato-na-rede-de-energia-el%C3%A9trica>

Figure 6: Tangled electric wires (gato)

For both Favela chair (Figure 3) and Red Chair (Figure 5), an analysis of the underlying meanings of these objects leads us to perceive improvisation and intuition as inherent dimensions in the construction of the Campana method. The conceptual construction of improvisation is defined by the composition and articulation between forms and materials derived from discard, as well as by the meaning constructed through analogies and other figures of speech, resembling structures of the real world with polymorphic representations suggestive of an Other within the object. For example, a chair semiotically referring to a favela and tangled wires in a chair suggesting chaos, the latter akin to what we can visualize in the electrical grid of streets in various Brazilian cities, therefore, a cultural symbolic value transfigured into art and design.

Thus, we have a play of appearances and meanings that evoke sensations of pleasure or displeasure, comfort or discomfort, chaos and order. Over the years, the Campana brothers have developed a unique style with a distinctive repertoire, where materials, forms, and symbolic

language produce narratives through design objects.

3.3 The Biomorphism of the Campana Brothers: Metamorphoses and Conceptual Polymorphism

Through the accounts of these designers and the meaning embedded in their produced objects, we understand that Brazilian culture and identity have been highlighted and redefined through Campana objects. Brazilian people's miscegenation, Amazon rainforest, richness of fauna and flora, as well as the extremes of social conditions faced in the country, create a unique type of culture namely, a hybrid culture heavily influenced by popular folklore, where mystical and religious syncretism appear. Similarly, the exoticism of the fauna serves as a source of inspiration for the designers.



Source: <http://decojournal.com/boa-sofa-by-fernando-and-humberto-campana/> accessed on 19/06/2024 <https://www.miliashop.com/en/outdoor-poufs/41469-metamorfosi-centopeia-paola-lenti-sitting.html> accessed on 22/06/2024.

Figure 7: Boa Sofa, 2002, and Metamorphosis Centipede, Paola Lenti, 2023.



Source: <http://www.infoescola.com/repteis/sucuri/> accessed on 18/06/2024.
Source: https://pt.wikipedia.org/wiki/Scolopendra_gigantea accessed on 18/06/2024.

Figure 8: Sucuri of the Amazon and Giant Centipede.

The relationship between nature and randomness gives each object designed by the Campana brothers a unique and dimension. In art, even in repetitive processes, there is always room for uniqueness, for the different. These characteristics occur not only in the field of art, but also in craftsmanship. The Campana brothers' works are located at the intersection of art, craftsmanship, and design. The Metamorphosis collection designed by the brothers for Paola Lenti won the NYCxDesign competition in the Environmental Impact and Sustainability Awareness category. The work is from 2022 and includes five sofas and a tapestry, all made from leftover materials reused from the Lenti studio.

FINAL REMARKS

In this paper, we have sought to reflect on the relationship between design and art through the work of Brazilian designers, the Campana brothers, exploring their unique language, methodology, and how meaning is developed in their conceptual approach to design and sustainability. Initially, we described the current context of the climate crisis, emphasizing the possibility of entering the Anthropocene era and nearing the turning point regarding the effects of

the climate crisis. We questioned the role of design as a means and device capable of addressing the transformations brought about by climate impacts. We approached the notion of cultural innovation through strategic design as an emerging conceptual field focusing on systemic perspectives and sustainable development.

Analyzing the work of the Campana brothers has allowed us to understand their method as a counterpoint to the hegemonic model structured by the industrial system. We juxtaposed the notion of authorial design with strategic design, reflecting on the creative process closely related to art and craftsmanship, constructing a plastic and visual language in opposition to industrial aesthetics.

We identified that the Campana brothers' work fits into an epistemic framework where culture and sustainability are articulated in a projection of playful, exotic, occasionally bizarre, and questioning concepts. Ultimately, we conclude that the Campana brothers' work falls within the conceptual scope of the open work, as suggested by Umberto Eco (1991), as it is always open to new interpretations.

Finally, we can conclude that the work of the Campana brothers initiates a discussion about differences, singularities, and minority processes, where the language of art and design stimulate imagination and reflective processes on consumption and sustainable development.

REFERENCES

1. Adorno, Theodor. Teoria estética. (Tradução de Artur Mourão). São Paulo: Martins Fontes; 1982.
2. Baudrillard Jean. A sociedade de consumo. Lisboa: Edições 70. 2007.
3. Eco, Umberto. A obra aberta. São Paulo: Perspectiva, 1991.
4. Danto Arthur. A transfiguração do banal: uma filosofia da arte. Paris: Seuil; 1989.
5. Foucault, Michel. Microfísica do poder. São Paulo: Graal Edições; 2008.
6. Morin, Edgar. Cultura de massas no século XX: neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.



Scan to know paper details and
author's profile

Publicity and Culture: The Audiovisual Advertisement for Polar Beer as a Micro-Historical Feature and its Role as a Social Agent

Alessandro Luchini Zadinello & Fernando Antunes Simões Junior

Universidade Feevale

ABSTRACT

This article proposes an analysis of advertising as a social phenomenon that has an active participation in the identity and cultural construction of societies. To this end, it suggests that the advertising text and its consequent effects should be discussed and studied under the bias of micro-historical clippings, by Ginzburg (1989), in interface with assumptions of Patrick Charaudeau's semiolinguistics. To operationalize this theoretical exercise, we selected as an analysis corpus an audiovisual advertising piece of Polar Beer 2014, when it launched cans commemorating the World Cup held in Brazil. As a complementary theoretical contribution, authors of publicity such as Gastaldo (2013), Solomon (2002) e Barthes (2001) were mobilized, in addition to concepts of culture, Hall (1999), regional identity, and Jacks (2003). As partial results, concrete elements are demonstrated that the advertisements of regional character, by using values and characteristics of regional cultures in their communication contracts, can be understood as micro-historical cuttings that contribute to the understanding of the formation of culture.

Keywords: culture. identity. publicity. advertising speech. micro-history.

Classification: LCC Code: P94.6

Language: English



Great Britain
Journals Press

LJP Copyright ID: 573322

Print ISSN: 2515-5784

Online ISSN: 2515-5792

London Journal of Research in Humanities & Social Science

Volume 24 | Issue 11 | Compilation 1.0



Publicity and Culture: The Audiovisual Advertisement for Polar Beer as a Micro-Historical Feature and its Role as a Social Agent

Publicidade e Cultura: O Anúncio Audiovisual da Cerveja Polar como Recorte Micro-histórico e seu Papel como Agente Social

Publicidad y Cultura: La Publicidad Audiovisual de la Cerveza Polar como Rasgo Microhistórico y su Papel como Agente Social

Alessandro Luchini Zadinello^o & Fernando Antunes Simões Junior^o

ABSTRACT

This article proposes an analysis of advertising as a social phenomenon that has an active participation in the identity and cultural construction of societies. To this end, it suggests that the advertising text and its consequent effects should be discussed and studied under the bias of micro-historical clippings, by Ginzburg (1989), in interface with assumptions of Patrick Charaudeau's semiolinguistics. To operationalize this theoretical exercise, we selected as an analysis corpus an audiovisual advertising piece of Polar Beer 2014, when it launched cans commemorating the World Cup held in Brazil. As a complementary theoretical contribution, authors of publicity such as Gastaldo (2013), Solomon (2002) e Barthes (2001) were mobilized, in addition to concepts of culture, Hall (1999), regional identity, and Jacks (2003). As partial results, concrete elements are demonstrated that the advertisements of regional character, by using values and characteristics of regional cultures in their communication contracts, can be understood as micro-historical cuttings that contribute to the understanding of the formation of culture.

Keywords: culture. identity. publicity. advertising speech. micro-history.

Author  Universidade Feevale, Novo Hamburgo, Brasil.

RESUMO

O presente artigo propõe uma análise da publicidade enquanto fenômeno social que tem participação ativa na construção identitária e cultural das sociedades. Para isto, sugere que o texto publicitário e seus consequentes efeitos sejam discutidos e estudados sob o viés dos recortes micro-históricos, de Ginzburg (1989), em interface com pressupostos da semiolinguística de Patrick Charaudeau (2019). Para operacionalizar este exercício teórico, selecionamos como corpus de análise uma peça publicitária audiovisual da Cerveja Polar de 2014, quando lançou latas comemorativas à Copa do Mundo realizada no Brasil. Como aporte teórico complementar, foram mobilizados autores da publicidade como Gastaldo (2013), Solomon (2002) e Barthes (2001), além de conceitos da cultura, de Hall (1999), de identidade regional, de Jacks (2003). Como resultados parciais, demonstram-se elementos concretos de que os anúncios publicitários de caráter regional, por utilizarem em seus contratos de comunicação valores e características das culturas locais, podem ser entendidos como recortes micro-históricos que contribuem para a compreensão da formação da cultura.

Palavras-chave: cultura. identidade. publicidade. discurso publicitário. micro-história.

RESUMEN

Este artículo propone un análisis de la publicidad como fenómeno social que tiene una participación activa en la construcción identitaria y cultural de las sociedades. Con este fin, sugiere que el texto publicitario y sus efectos consiguientes deberían ser discutidos y estudiados bajo el sesgo de los recortes micro históricos, por Ginzburg (1989), en interfaz con los supuestos de la semiolingüística de Patrick Charaudeau. Para operacionalizar este ejercicio teórico, seleccionamos como corpus de análisis una pieza publicitaria audiovisual de Polar Beer 2014, cuando lanzó latas en conmemoración del Mundial celebrado en Brasil. Como aporte teórico complementario, autores publicitarios como Gastaldo (2013), Solomon (2002) y Barthes (2001) fueron movilizados, además de conceptos de cultura, por Hall (1999), identidad regional, por Jacks (2003). Como resultados parciales, se evidencian elementos concretos que los anuncios de carácter regional, al utilizar valores y características de las culturas regionales en sus contratos de comunicación, pueden entenderse como recortes micro históricos que contribuyen a la comprensión de la formación de la cultura.

Palabras clave: cultura. identidad. publicidad. discurso publicitario. microhistoria.

I. INTRODUÇÃO

A chegada do audiovisual, primeiro no cinema, depois na televisão e mais recentemente na internet, tem contribuído de forma significativa na historiografia. Sejam em peças ficcionais ou documentais, os grandes momentos que determinaram nossa civilização ganharam cores, sons, texturas e movimentos que tentaram reproduzir de forma fidedigna aquilo que os historiadores de séculos passados se esmeraram em descrever em seus manuscritos. Ao mesmo tempo, tanto o cinema quanto a televisão forneceram vasta materialidade para que pesquisadores de diferentes áreas pudessem compreender os derradeiros momentos históricos que nos trouxeram a uma sociedade hiperconectada e hipermediatização.

Inúmeros estudos da história, da sociologia, da antropologia e da cultura já se debruçaram sobre filmes, novelas, telejornais, programas de entretenimento e documentários para buscar as nuances de fenômenos determinantes para a construção da sociedade contemporânea. No entanto, há um segmento do audiovisual que foi pouco utilizado como elemento de reconstrução historiográfica: a publicidade.

Em sua maior parte relegados a estudos críticos da comunicação que se propõem a detectar estereótipos, tendências e dogmas de determinadas épocas e localidades, é provável que os anúncios audiovisuais ainda não tenham grande penetração na historiografia, justamente pela dificuldade em detectar as marcas históricas em meio às estratégias de manipulação e venda que os irrigam. Desta percepção inicial surge nossa questão norteadora: os comerciais de televisão podem fornecer elementos historiográficos que possibilitem ampliar a compreensão sobre os fenômenos sociais e culturais que deram origem às civilizações contemporâneas?

Para nos lançarmos nesta investigação, buscamos uma aproximação com um movimento de pesquisa que surgiu na Itália na segunda metade do século XX, denominado de estudos micro-históricos.

A micro-história, segundo Ginzburg (1989), busca analisar fatos, temas privados, pessoas e experiências vividas, tendo como parceiros habituais outros campos dos estudos sociais, como a antropologia e a sociologia. O objetivo deste artigo, portanto, é encontrar elementos discursivos que nos permitam classificar a publicidade e seus anúncios como construtos portadores de fragmentos micro-históricos relevantes.

Para uma visualização concreta dessa relação que se pretende estabelecer entre a publicidade e a micro-história, será analisado o anúncio audiovisual da cerveja Polar - Latas comemorativas da Copa do Mundo de 2014¹.

¹ Disponível no link <https://goo.gl/6k8flt>. Acesso em 02/02/2020.

Desta forma, se poderá pensar o referido anúncio como um trecho narrativo da micro-história construída por esta marca de cerveja, tanto no campo da publicidade como também na formação identitária regional do gaúcho.

A fim de concretizar a pretensão do exercício teórico proposto, vamos utilizar pressupostos da análise do discurso de Patrick Charaudeau (2019) e de seus estudos acerca das identidades sociais e discursivas. Faz-se necessário também que compreendamos a formação dos discursos publicitários e como ela se liga aos sentidos construídos que circulam simbolicamente na cultura. Para jogar luz nesse processo, utilizaremos conceitos de Bauman (2005), Hall (1999) e Gastaldo (2013). Assim, a vertente teórica discursiva dará o tom da análise.

A metodologia utilizada envolve um levantamento bibliográfico acerca da micro-história a partir dos escritos de Carlo Ginzburg (1989), Giovanni Levi (2000) e Jacques Revel (2000). A intenção é, a partir destes autores, compreender duas dimensões fundamentais da análise discursiva de anúncios audiovisuais de caráter regional. A primeira dimensão diz respeito à relação entre a publicidade e a cultura, enquanto a segunda alude à publicidade e seus efeitos. Os autores abordados na primeira dimensão serão Hall (1999), Boaventura (2012), Gastaldo (2013), Jacks (2003), Solomon (2002) e Barthes (2001). Enquanto para dimensão da publicidade e seus efeitos serão abordados os autores Hall (1999), Charaudeau (2019), Luhmann (2005) e Verón (1983).

Diante dos entrecruzamentos teórico-metodológicos propostos para a análise, demonstraremos, por fim, quais relações são pertinentes entre a publicidade e os estudos de micro-história. Posto isso, optamos por iniciar nossa jornada teórica pelo conceito de micro-histórias, o que veremos a seguir.

II. MICRO-HISTÓRIA

Ao longo dos séculos, a história sempre deu mais ênfase às narrativas e personagens carregados de um heroísmo arquetípico (GINZBURG, 1989). Tal predileção trouxe para alguns pesquisadores a

percepção de que a história era sempre contada de cima para baixo, ocultando personagens que também foram relevantes para a configuração do mundo contemporâneo. Esse modo de reconstruir o passado ficou conhecido não só pelo caráter positivista, mas também por invisibilizar fatos, vivências e agentes históricos.

Em contraposição a este modelo surgiram diversos movimentos que buscaram entender as nuances históricas através de pequenos registros de fatos e personagens cotidianos. Nas pesquisas latino-americanas, por exemplo, surge o chamado pensamento decolonial, movimento teórico interseccional que tem como objetivo libertar a produção de conhecimento da episteme eurocêntrica, cujo maior expoente é o sociólogo peruano Aníbal Quijano. Já numa perspectiva mais historiográfica, os italianos Carlo Ginzburg (1989) e Giovanni Levi (2000) propuseram um rompimento com as abordagens tradicionais da história ao analisar os eventos do passado a partir de atores tidos até então como “meros figurantes”, personagens daquilo que convencionaram chamar de micro-histórias, cuja principal característica é analisar os “marginalizados”, personagens como um soldado de uma grande guerra, ou de uma simples operária e as suas relações de trabalho durante a Revolução Industrial.

O aumento das investigações históricas com análise de fenômenos circunscritos e a abordagem dessas investigações por meio da micro-história se deu devido às crescentes dúvidas sobre os enredos colonizantes da macro-história. Para Revel (2000), as micro-histórias também possibilitaram uma maior aproximação da história com a antropologia e as demais ciências sociais, um exercício teórico necessário para dar conta das investigações sustentadas em fatos, elementos sociais e personagens marginais que emergiram em complexos contextos historiográficos.

Nessa perspectiva, as relações sociais ganham um papel fundamental para os estudos micro-históricos, pois são reveladoras acerca dos traços de personalidade e das dinâmicas sociais que antecederam as formações culturais contemporâneas, permitindo aos pesquisadores alcançar pequenos momentos, acontecimentos e

experiências vividas que seriam impensáveis em outras perspectivas do estudo da história.

Considerando-se que a publicidade pode ser compreendida como um elemento social, que se ajusta às questões oriundas da formação cultural e identitária do meio para o qual é transmitida, ela participa da organização da sociedade através da construção de significados. Consequentemente, o anúncio publicitário pode representar as tradições, ritos, hábitos e até situações pontuais vividas por determinada coletividade ou indivíduos, que não seriam abordados pela macro-história. Assim, pode-se, através dela se ter percepções de recortes micro-históricos.

Segundo Revel (2000), antes do surgimento dos estudos micro-históricos, afirmava-se que o destino coletivo tinha mais peso que o destino dos indivíduos e que as evoluções coletivas da história eram as únicas capazes de desvendar o sentido das sociedades no decorrer do tempo. Entretanto, as perspectivas micro-históricas tornam-se assertivas no ponto em que os indivíduos que compõem a sociedade são indivíduos sociais e por si só, ou em pequenos grupos, proporcionam situações ou experiências vividas que são agentes transformadores das sociedades.

A micro-história pode ser entendida como uma possibilidade de trazer aos pesquisadores maior proximidade de objetos mais restritos, assim fugindo dos estudos meramente quantitativos e estabelecendo novos diálogos históricos. Perante isso, o pesquisador pode traçar um fio condutor para suas investigações a partir de um nome, uma família, uma situação ou um acontecimento qualquer.

No caso desta pesquisa, buscaremos encontrar elementos micro-históricos na publicidade para entender sua relação com a formação da cultura e com a identidade, assunto que abordaremos a seguir.

III. PUBLICIDADE E CULTURA

A publicidade, da forma que a conhecemos, é pautada pela cultura e pela sociedade, e por isso ela se ajusta a questões oriundas da formação cultural, histórica e identitária do meio para o

qual ela é transmitida. Símbolos e elementos culturais são amplamente utilizados por ela na construção dos anúncios que apresenta para o seu consumidor. Por muitas vezes, estes anúncios são de caráter e veiculação regional, se apropriando de linguagem e símbolos típicos de determinada região, a fim de gerar sentidos comuns e relacionarem-se de forma mais assertiva com seus possíveis consumidores.

Portanto, para que seja possível entender a construção de sentidos gerados pela publicidade em determinada sociedade, deve-se compreender a formação cultural e identitária dos indivíduos que fazem parte dela.

O termo cultura tem muitas concepções, entretanto, como ponto de partida, pode-se tomar como base as teorias de Stuart Hall, teórico cultural e sociólogo jamaicano, um dos fundadores da escola de Estudos Culturais Britânica. Hall (1999) entende a cultura como o conjunto de atividades e modos de agir, costumes e instruções de um povo. Meio pelo qual o homem se adapta às condições de existência transformando a realidade do cenário onde vive.

O sociólogo alemão Niklas Luhmann (2005), tem como elemento central das suas teorias a comunicação, percebendo que os objetos de culto surgem quando a função da publicidade não é mais somente vender mercadorias em quantidades tão grandes quanto possíveis, mas sim, fazer com que os produtos se tornem parte de uma encenação maior, na qual o consumidor os trate como imprescindíveis para sua vida, tornando-se parte de sua cultura e de sua identidade.

O autor entende que estes objetos de culto permitem ao consumidor, principalmente o jovem, uma identificação ideológica com o produto anunciado. Esta identificação parte da encenação destes objetos de culto pela publicidade de forma rápida e eficaz. O tipo de encenação em questão tem seus alicerces na formação da identidade cultural do público passível de ser atingido pelo anúncio, tendo seu cerne composto por elementos e tradições

transmitidos por gerações e perpetuados pela mídia.

Pode-se compreender também que a cultura é um processo em permanente evolução, diverso e rico. É o desenvolvimento de um grupo social, uma nação, uma comunidade; fruto do esforço coletivo pelo aprimoramento de valores espirituais e materiais. É o conjunto de fenômenos materiais e ideológicos que caracterizam um grupo étnico ou uma nação (língua, costumes, rituais, culinária, vestuário, religião, etc.), estando em permanente processo de mudança (BOAVENTURA, 2012).

Assim, assimilar a realidade de uma sociedade, seja na organização da sua vida social ou seus aspectos materiais é fundamental para compreendermos os efeitos gerados pela publicidade nesta sociedade. Da mesma forma, o conhecimento das tradições, símbolos e crenças de um povo, se faz necessário para construir o elo entre a publicidade e seu consumidor. Portanto, pode-se dizer que a cultura é parte da sociedade e confere significados à vida das pessoas e aos seus impulsos de consumo.

É sob essa perspectiva que a publicidade utiliza-se do emprego de elementos comuns ao indivíduo e à sociedade com a intenção de gerar novos significados para o consumidor, que são utilizados com fins mercadológicos, mas que inevitavelmente geram efeitos também na formação cultural. Desta forma, entendemos que a publicidade se apropria da cultura de um determinado grupo ou região e, ao mesmo tempo, gera novas vertentes culturais e novos costumes, em uma troca constante e incessante. Assim, a publicidade, quando tratada como elemento social, é portadora de elementos culturais e identitários de uma sociedade.

Deve-se levar em consideração que, enquanto manifestação cultural, a publicidade é uma engrenagem organizadora da sociedade contemporânea, contribuindo com aquilo que Bauman (1999) chama de liquidez das dinâmicas sociais. Ao propor ressignificações na cultura visando o consumo, ela agrega novos sentidos às matrizes simbólicas que organizam e referenciam as identidades dos indivíduos, tornando-os não

apenas consumidores, mas também produtos a serem trocados e vendidos.

Édison Gastaldo (2013), publicitário de formação e estudioso da relação entre antropologia e comunicação, entende que a publicidade afeta a constituição de alguns significados sociais por não ter nenhum compromisso com a realidade. E é quando ela se utiliza de elementos simbólicos e mágicos para realizar uma representação livre e metafórica da realidade que os significados se transformam e as identidades se diluem.

A liberdade na representação permite a ela se inserir no meio social de forma bastante sedutora, tornando o discurso publicitário próximo do discurso do mito. Gastaldo (2013) acredita que os significados gerados pela publicidade, tais quais os significados do discurso mítico, influenciam na sociedade e na cultura, porém com uma diferença fundamental: na publicidade, o “operador mágico”, no caso o enunciador, é, via de regra, o produto anunciado.

E é quando a publicidade se apropria dos mitos locais de uma determinada cultura que ela se torna não apenas produto, mas também um motor da formação cultural. Quando a propaganda é direcionada para mercados regionais, com particularidades próprias que não podem ser exploradas da mesma forma que em textos destinados à mídia global, ela adentra nas dinâmicas de formação da cultura e passa a operar como agente transformador da história dessas localidades.

Solomon (2002) lembra que toda cultura é composta de subculturas, que fornecem identificações mais específicas dentro de um todo, podendo ser associadas a nacionalidades, religiões, grupos raciais ou às regiões geográficas, “cujos membros compartilham crenças e experiências comuns que os distinguem dos outros” (SOLOMON, 2002, p. 331). Para alcançar os subgrupos culturais, a publicidade busca entender comportamentos, vontades e desejos que os diferem dos outros subgrupos culturais, resultando em textos publicitários que se apropriam das formas de linguagem e dos

símbolos regionais para formar novos públicos consumidores.

Jacks (2003) define que a cultura regional pode ser caracterizada por envolver manifestações dos mais variados níveis que estão relacionadas a uma determinada região e que descreve a sua realidade sociocultural. Partindo desse pressuposto, podemos observar a subcultura, que serve de base para este estudo, no caso, a do Rio Grande do Sul.

Com isso, a “cultura regional rio-grandense, ou gaúcha, faz parte de um grupo de fortes representantes que compõe a identidade nacional brasileira, acreditando ser esta constituída de uma diversidade cultural vinda das muitas identidades regionais” (JACKS, 2003, p.22).

Através do entendimento de como se constituíram e no que se alicerçam as tradições e costumes de um povo, podemos delimitar os campos sociais e históricos que fazem parte da construção da sua identidade e, por conseguinte, na utilização desta identidade na construção do discurso publicitário regional.

Barthes (2001) afirma que a mensagem é a reunião de um plano de expressão ou significante, e de um plano de conteúdo ou significado, que pode ser carregado de características identitárias, levando o indivíduo consumidor a identificar os elementos ou traços característicos de sua cultura, tornando assim o ato de consumir numa busca por pertencimento.

Consequentemente, a identidade pode ser utilizada como conteúdo para criar uma relação de realidade com o consumidor. Esta relação está vinculada aos seus costumes, às suas tradições e ao seu cotidiano. Assim, a identidade passa por um constante processo de mudança, com elementos sendo incorporados ou esquecidos a cada novo ciclo econômico, tecnológico ou social. Novos costumes são propostos e incorporados à identidade regional, substituindo ou aprimorando costumes anteriores.

Sendo a publicidade pautada pela cultura e pela sociedade, ela se ajusta a essas questões, passando também por constante processo de mudança e transformação. Novas marcas e produtos estão

sempre entrando e saindo do mercado, e precisam continuamente mudar sua comunicação para acompanhar as mudanças que ocorrem no cotidiano e na identidade do consumidor.

Para Barthes (2001), nos anúncios publicitários, o produto passa a fazer parte de uma nova narrativa, que interage com o indivíduo ao qual o produto se destina, criando uma nova realidade para este indivíduo. Desta forma, o produto é substituído pela linguagem publicitária, ganha novo sentido, insere-se no cotidiano e desperta novas emoções e desejos no consumidor.

No caso do objeto de análise deste artigo, onde uma marca de cerveja se apropria de movimentos culturais e de fatos históricos de uma determinada localidade para vender seu produto, ela não apenas está criando laços identitários com o público consumidor, mas também está ressignificando elementos históricos e culturais, incorporando-se ela própria a uma gama de objetos cultuados pelas tradições deste lugar.

Todo este movimento de fusão, apropriação e transformação vai gerar efeitos que podem corresponder ou não ao esperado pelos anunciantes, assunto que veremos na próxima seção deste artigo.

IV. A PUBLICIDADE E SEUS EFEITOS

Até aqui há um esforço teórico para que a publicidade seja vista para além do seu papel econômico ou mercadológico. Hall (1999) e diversos outros autores nos deram as bases para entender que ela é também um processo de produção cultural.

O discurso publicitário nos confronta com um curioso paradoxo onde preconiza-se que o consumidor deve ser fabricado ao mesmo tempo, ou talvez antes que o próprio produto. Assim, a publicidade age incessantemente para criar necessidades e instaurar identidades, destacando traços semióticos relevantes e diferenciados dentro do contexto social, por meio de um processo de construção discursiva.

Para Charaudeau (2019), é no discurso que as verdadeiras operações da publicidade se revelam,

pois é nos efeitos por ela visados que as intencionalidades se revelam. E é na análise desse discurso, dissecando os processos e os atores que o engendram, que é possível revelar imaginários sociodiscursivos envolvidos no texto e os efeitos pretendidos pelas marcas que o enunciam.

Essa dinâmica de compreensão analítica constitui o que Patrick Charaudeau (2019) chama de ritual sociolinguageiro, que resulta do relacionamento entre um sujeito comunicante (EUC), referindo-se ao anunciante publicitário, e os sujeitos

interpretantes (TUi), que é constituído pelos consumidores em potencial da marca ou produto anunciado. A este circuito, intitulado de espaço externo pelo autor, corresponde uma representação no interior de cada uma das produções discursivas, sendo constituída por um enunciador (EUE) e um destinatário (TUD), protagonistas linguageiros da cena representada. Para esse circuito, nomeado de espaço interno, pode-se entender um contrato entre os participantes, regido pelas instâncias ilustradas na Figura 1.



Fonte: Charaudeau, 2019, p. 52

Figura 1: Situação de comunicação

O sujeito comunicante intenta, através desse contrato de fala, transformar, por meio de um ato de persuasão, um consumidor de publicidade em um consumidor de mercadorias. Para alcançar seus objetivos e ter sucesso em algum nível, o sujeito comunicante utiliza estratégias persuasivas de discurso, que se manifestam pelas organização enunciativa e discursiva do ato de linguagem, estratégias que por muitas vezes ocultam a finalidade comercial do texto.

A finalidade do contrato se encontra em uma tensão entre duas visadas, que correspondem a lógicas distintas. Uma delas é chamada por Charaudeau (2019) como visada de informação, que tende a produzir um objeto de saber; e a outra é denominada de visada de captação, que tende a produzir um objeto de consumo.

Os contratos originados através de visadas de captação são próprios dos atos de comunicação que compõem os textos de cunho publicitário, que constituem o cerne da análise desse estudo. Tais contratos têm função mercadológica e servem para fomentar o sistema socioeconômico.

Para Charaudeau (2004), a linguagem nasce, vive e morre na intersubjetividade, e o discurso representa as relações do sujeito consigo mesmo, do sujeito com o mundo e do sujeito com os demais sujeitos, e nessas interações, os lugares são transitórios. Desta forma pode-se entender que a identidade social constitui parte importante na construção do discurso publicitário e deve ser reconhecida pelos outros para ter legitimidade.

Ainda de acordo com Charaudeau (2009), a identidade social representada no anúncio, é relacionada a uma estratégia de sedução ou persuasão, que vai do fazer-crer ao dever-fazer. Essas estratégias presentes no ato discursivo são nomeadas de visadas pelo autor. Assim, a publicidade, através de uma visada de informação atribui o saber-fazer, como um conhecimento atribuído-reconhecido ou pré-construído pelo sujeito destinatário da mensagem. Ao longo da situação de comunicação, esse fazer-saber passa a ser um fazer-crer, com intuito de persuadir ou seduzir o consumidor, a fim de completar o ritual sociolinguageiro proposto por Charaudeau (2009). Essa troca ocorre em um espaço chamado de *mise-en-scène* discursivo e é permeado pelos imaginários sócio-discursivos.

O nível da *mise-en-scène* discursiva é o lugar em que o sujeito, tendo mergulhado nos imaginários sócio-discursivos, e levando em conta as restrições do quadro situacional e de suas instruções, procede à organização de seu discurso, e portanto, constrói para si uma identidade mais ou menos “individuada”. Neste nível devem ser acionadas as competências discursiva e semiolinguística.” (CHARAUDEAU, 2009, p. 09).

Vê-se desta forma a importância dos elementos sócio-discursivos da identidade regional para a construção do discurso publicitário. Através da análise discursiva de uma peça publicitária, poderá se perceber a publicidade enquanto um evento micro-histórico, levando em consideração a situação de comunicação proposta por ela, além e os elementos culturais presentes em sua narrativa. Dessa forma, tornando o anúncio um material passível de investigação futura acerca de determinada sociedade ou período. Para propor essa percepção, se fará a análise de um anúncio audiovisual, objeto desse estudo.

V. ANÁLISE

Com o intuito de entender como admissível considerar o anúncio publicitário um elemento a ser investigado como um recorte micro-histórico, foi escolhido para análise o anúncio audiovisual

da Cerveja Polar, com ênfase à Copa do Mundo de 2014. Tal escolha se deve a grande presença de elementos identitários do gaúcho neste anúncio. O texto desta peça segue a linha tradicional dos audiovisuais desta marca de cerveja, em que a linguagem regional e o gauchismo são a base da construção textual. Esse audiovisual foi gravado e veiculado na televisão, no ano de 2014.

O ponto de partida para a análise do anúncio da cerveja Polar intitulado “Latas Comemorativas da Copa do Mundo” é o contexto sócio-histórico-cultural em que este discurso foi produzido. No início dos anos dois mil, no Rio Grande do Sul, era praticamente impossível pronunciar juntas as palavras “cerveja” e “gaúcha” e não pensar em uma garrafa com o rótulo da marca Polar. As massivas campanhas publicitárias veiculadas no período, com enfoque regional e focadas no gauchismo, foram cruciais para essa cristalização no imaginário gaúcho.

A descrição verbal e visual do texto em questão é fundamental para compreendermos todos os elementos envolvidos na situação de comunicação proposta por este anúncio e, assim, visualizar sua relação com o gauchismo.

Abaixo serão descritos os elementos de construção geral do anúncio em forma de tabela, que está dividida em imagens, texto e áudio, com o intuito de facilitar a visualização do conjunto do texto publicitário.

Tabela 1: Descrição do audiovisual

IMAGEM	TEXTOS	ÁUDIO
Cena 1 		Trilha Sonora: Presença de trilha sonora ao fundo do áudio.
Cena 2 		Trilha Sonora: Presença de trilha sonora ao fundo do áudio. Locução Personagem 1: - Bah, olha que preza essas latas que a Polar criou!
Cena 3 		Trilha Sonora: Presença de trilha sonora ao fundo do áudio. Locução Personagem 2: - São de todos os países que vão jogar aqui!
Cena 4 		Trilha Sonora: Presença de trilha sonora ao fundo do áudio. Locução Personagem 1: - Baita ideia!

Cena 5 		Trilha Sonora: Presença de trilha sonora ao fundo do áudio. Locução Personagem 2: - Ôhhhh, mas essa não sai daqui não. Locução Personagem 1: - Ah, bem capaz! Tenho um presentinho pra ti aqui.
Cena 6 		Trilha Sonora: Presença de trilha sonora ao fundo do áudio. Locução Personagem 1: - Um imã de geladeira em forma de cuia.
Cena 7 		Trilha Sonora: Presença de trilha sonora ao fundo do áudio. Locução Personagem 1: - E esse gauchinho de pano. Locução Personagem 3: - Ahhh, que passa?
Cena 8 		Trilha Sonora: Presença de trilha sonora ao fundo do áudio. Locução Personagem 1: - Um pano de prato com a estampa de Erechim.
Cena 9 		Trilha Sonora: Presença de trilha sonora ao fundo do áudio. Locução Personagem 2: - Bah véio! Com essa tu me emocionou cara!
Cena 10 	Beba com moderação.	Trilha Sonora: Presença de trilha sonora ao fundo do áudio. Locutor: - Polar, a melhor do mundo é daqui. - Beba com moderação.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019

O primeiro passo da análise é compreender a situação de comunicação proposta pelo texto do anúncio audiovisual, em que são identificadas as condições externas e as restrições situacionais da produção de acordo com a perspectiva de Charaudeau (2019).

A cerveja Polar surgiu em 1929, na cidade de Estrela, no Rio Grande do Sul. Segundo Santos

(2010), passou a denominar-se como Polar S/A em 1945. Nos anos 70, a Polar S/A é adquirida pelo Grupo Antarctica Paulista, e passa a fazer parte do seu portfólio de produtos, com produção e distribuição no estado do Rio Grande do Sul. Este cenário dura até abril de 1999, quando acontece a fusão das empresas Antarctica e Brahma e a marca passa a pertencer ao maior conglomerado de cerveja do mundo, a AmBev.

A multinacional manteve a marca Polar em seu portfólio e também a sua distribuição somente para o estado do Rio Grande do Sul, utilizando o slogan: “A melhor é daqui”, reverenciando o orgulho em ser uma cerveja exclusivamente gaúcha.

Desde então, a Polar vem veiculando peças com enfoque regional e focadas no gauchismo. A marca foca em ações de marketing regionais e veiculação de filmes na televisão e na internet, sempre utilizando o regionalismo como mote.

Nesse anúncio, o ato de transmissão da mensagem se passa em um ambiente onde pessoas de nacionalidades diferentes - as mesmas das seleções que jogaram em Porto Alegre durante a Copa do Mundo de 2014 - estão reunidas em uma confraternização. O ato de comunicação, que se inscreve neste local, é ocupado fisicamente pela dupla de garotos propaganda da marca e os figurantes representando os cidadãos dos outros países. O sujeito destinatário dessa mensagem é o consumidor, que faz o papel de espectador e está em sua casa, ou em outro local, assistindo televisão.

Após o levantamento de dados da instância externa, deve-se compreender os elementos que compõem a instância interna da situação de comunicação, na qual serão analisados os códigos verbais, não verbais e da linguagem audiovisual presentes no anúncio.

Os códigos verbais são compostos pelas falas dos personagens, nesse caso, os textos que a dupla de atores principais interpreta, somados aos textos interpretados pelos outros personagens. Tais códigos remetem à linguagem típica dos gaúchos. A situação de comunicação se passa entre os personagens, que não interagem diretamente com

o espectador, e sim, participam de uma encenação em que a cerveja Polar é o objeto de culto.

As falas adotam a linha discursiva que evidencia a qualidade da cerveja, bem como os símbolos e tradições dos gaúchos. Os personagens utilizam-se da sua situação de gaúchos natos para impor as condições de consumo da Polar aos personagens estrangeiros.

Os símbolos e códigos visuais relacionados ao gauchismo estão presentes no decorrer de todo o audiovisual. Os personagens não vestem indumentária típica do gaúcho, e sim roupas condizentes com as que vestiriam jovens urbanos das suas idades. Porém, o cenário está repleto de elementos que remetem às tradições do estado, além dos presentes que os personagens centrais oferecem aos visitantes, associados a símbolos e cidades do Rio Grande do Sul.

A dupla principal do comercial se caracteriza em trejeitos e manias que remetem aos gaúchos jovens e urbanos, que em seu jeito de agir utilizam-se do orgulho de ser gaúcho para comunicar aos consumidores o motivo pelo qual consideram esta cerveja a melhor e os motivos pelos quais ela não deve sair do estado.

O tom adotado pelos personagens é um tom lúdico e de essência caricatural, de forma que os costumes e a orgulhosa identidade do gaúcho urbano sejam reconhecidos, mas de forma bem humorada, propondo um alto grau de intimidade com o consumidor, assim gerando um vínculo quase pessoal com ele.

A disposição do conteúdo do anúncio segue uma ordem cronológica e pré-estabelecida. O anúncio começa com os personagens entrando em cena, seguido do desenrolar da narrativa, com o audiovisual encerrando-se com a presença da marca da cerveja através das imagens das latas comemorativas.

Podemos definir a dupla de atores como os sujeitos enunciadore (EUE) da ação. Segundo Charaudeau (2019), eles assumem seus personagens e, através desses, se dirigem ao consumidor. Assim, a cerveja Polar, se dirige ao

público através da figura já conhecida dos personagens e os utiliza para dar voz a marca.

Compreende-se que a empresa fala diretamente com o consumidor através dos personagens e que as trocas entre a marca de cerveja e o consumidor são feitas por intermédio dos atores, que representam o consumidor jovem de cerveja, especificamente o gaúcho urbano do sexo masculino.

Por meio desse texto publicitário, a Polar propõe um contrato de cumplicidade entre ela e o gaúcho, visando um fazer-creer que a cerveja Polar, por ser produzida “no melhor lugar do mundo” só pode ser a melhor cerveja do mundo e, portanto, só pode ser consumida no Estado do Rio Grande do Sul. Dessa maneira, a Polar reforça o orgulho de ser gaúcho como característica marcante da cultura sul riograndense da qual faz parte. A frase: “*no export*” presente no final do filme e no rótulo da bebida, foi amplamente explorado em outros anúncios da marca.

Inseridos na situação de comunicação apresentada pelo anúncio da Cerveja, estão presentes os sujeitos que conduzem a ação. Podemos identificar como o EUc (sujeito comunicante) a própria cerveja Polar, que se expressa através do EUe (sujeito enunciativo), no caso, os “magrões”², interpretados pelos atores principais, no projeto de fala desta situação de comunicação.

No lado contrário do EUc, está o TUi (o interpretante ou ser social) da ação, que podemos identificar como o público que tem acesso à televisão e pode ser exposto a esta situação de comunicação. No momento em que o EUe projeta o seu dizer no espaço interno desta fala, ele se dirige ao TUD (destinatário) da mensagem: gaúcho, jovem, descolado, consumidor de cerveja e que aprecia futebol. Este é o perfil que a empresa busca para os seus consumidores. Sendo assim, podemos entender que o TUD pretendido tem origem no TUi exposto a esse audiovisual.

² Termo utilizado pra definir rapaz. Disponível em: <https://gshow.globo.com/RPC/Estudio-C/Extras-Estudio-C/noticia/aprenda-gurias-e-palavras-gauchas-e-seus-significados.ghtml>. Acesso em: 11 jan. 2022.

Compõem essa narrativa publicitária tanto referências verbais quanto visuais ao gauchismo. Essas referências estão presentes nas falas, no sotaque e em expressões bem marcadas nos enunciados da dupla de personagens que conduzem a ação.

De acordo com Fischer, 2007, expressões tradicionais utilizadas no comercial como o “bah” e “baita”, somadas às expressões utilizadas por gaúchos urbanos e mais jovens, como “olha que preza”, “bem capaz” e “véio”, tem significados muito específicos, reconhecíveis por quem está imerso e, portanto, já é pertencente à cultura gaúcha.

As expressões “bah”, “baita” e “olha que preza” são utilizadas para enaltecer as qualidades do produto anunciado. Enquanto “bem capaz” representa, como uma de suas interpretações possíveis, uma forte negação, algo impossível de acontecer. Já “veio” é uma maneira carinhosa de se referir a um amigo, muito utilizada no estado. O sotaque “cantado” que caracteriza as falas dos dois personagens são indícios de que ambos são da capital do estado, Porto Alegre.

Na composição cenográfica, nota-se logo que os personagens adentram ao ambiente, no reflexo de um espelho, um quadro representando a bandeira do Rio Grande do Sul pendurado em uma parede. Abaixo dele é possível identificar um rapaz sentado em uma poltrona, com um computador no colo e envolto em um pano com as cores do estado. Muitos figurantes que se encontram em cena seguram latas tradicionais de cerveja Polar, nas cores verde, vermelho e amarelo, as mesmas da bandeira do Rio Grande do Sul.

Quando um dos personagens pega uma sacola (Figura 2), na qual estão as lembranças que ele vai entregar aos personagens estrangeiros, lê-se nessa sacola a inscrição: “I [ilustração de uma cuia de chimarrão] RS”, fazendo alusão à mundialmente famosa e difundida expressão americana que está presente em muitos brindes e lembranças da cidade de Nova Iorque, em que está o texto: “I [ilustração de um coração] NY”, ou seja, “eu amo Nova Iorque”. Como a cuia se assemelha ao formato do desenho de um coração, nesse caso

deseja-se expressar “eu amo o Rio Grande do Sul”, de uma forma ainda mais local, substituindo o coração pela cuia, recipiente utilizado para

preparar e consumir a tradicional bebida gaúcha, o chimarrão.



Fonte: <https://goo.gl/6k8flt>, 2019.

Figura 2: Recorte do audiovisual citado acima

O fazer-crer, conforme esclarecido no marco teórico, baseado nas visadas de Charaudeau (2009), de que essa cerveja realmente é a melhor, tem seus pilares nas características e no discurso constituído pelos sujeitos da ação. A conversação entre os personagens é resultante da atividade interpessoal de dois ou mais indivíduos face a face, neste caso os dois sujeitos e o restante dos personagens.

Está implícita, nesse texto, a memória discursiva de anúncios anteriores da mesma marca, que povoam o imaginário coletivo do consumidor da cerveja. Da mesma forma, estão implícitos no texto do anúncio os pilares da formação sócio-histórica-cultural do gaúcho, que em conjunto com as referências a anúncios anteriores da cerveja Polar, possibilitam ao consumidor fazer a inter-relação entre a marca e o Rio Grande do Sul.

O implícito, nesse caso, exprime o contexto em questão, sem arriscar ser considerado como responsável por tê-lo dito, mas por adiantar uma ideia, subtraindo-a a eventuais objeções, como acontece no decorrer da ação da narrativa. A ideia de que as latas comemorativas são uma novidade, somadas à forma em que são apresentadas aos estrangeiros, quando lhes é dito que não podem levá-las embora, e ao tom de humor com o qual os sujeitos substituem estas latas por outros elementos regionais, constituem a ideia de que a Polar é feita somente para os gaúchos ou para

quem visita o estado, e que a melhor cerveja do mundo é exclusividade do melhor lugar do mundo. Parte de uma premissa consolidada no imaginário do gaúcho, de que “o que é daqui” é melhor, e ao mesmo tempo referenda o consumo da cerveja Polar como expressão do orgulho de ser gaúcho.

Dessa forma, o anúncio cria um vínculo emocional com o consumidor para gerar desejo pela cerveja Polar. Funde-se a uma reunião em função da Copa do Mundo de Futebol, e internacionaliza o gauchismo, destacando-o em um cenário global de diferentes culturas.

A marca, assim, utiliza como mote o fato de pertencer aos indivíduos do Rio Grande do Sul, da mesma maneira que qualquer outro símbolo da cultura regional deste estado, como o chimarrão ou a música nativista, para se credenciar não mais como produto, mas como elemento simbólico da cultura gaúcha. É dessa forma que a publicidade da cerveja Polar utiliza-se de elementos regionais para construir a sua narrativa, que pode ser entendida como um recorte portador de fragmentos micro-históricos relevantes, representados através de uma construção discursiva presente em peças publicitárias ou na concepção da comunicação de uma marca.

VI. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através do confronto do texto do anúncio audiovisual com o ritual sociolinguageiro de Charaudeau (2019), aprofundou-se o entendimento da questão discursiva que está diretamente ligada aos sentidos construídos, que circulam simbolicamente na cultura social, gerados pelos anúncios de tema regional. Sentidos esses que se propõem não apenas a detectar estereótipos, tendências e dogmas de determinadas épocas e regiões, mas também os fragmentos micro-históricos que dão pistas sobre a cultura e a história do Rio Grande do Sul.

Os comerciais de televisão, tais quais os vídeos publicados na internet e até mesmo as postagens estáticas, no formato de imagens, presentes em redes sociais, podem fornecer elementos historiográficos que possibilitem ampliar a compreensão sobre os fenômenos sociais e culturais que deram origem a cultura desse estado e a seu povo, na medida em que constroem seus discursos utilizando elementos presentes nos imaginários coletivos dos indivíduos que se identificam com a sociedade em questão.

Dessa forma, através da análise do anúncio da Copa do Mundo, da Cerveja Polar, pode-se perceber que os sentidos construídos pelo anúncio estão fortemente vinculados ao “ser gaúcho”. No processo de construção discursiva pela marca, faz-se o uso de elementos identitários com intuito de gerar os efeitos de sentido necessários para transmitir sua mensagem.

Ao criar uma forte relação de caráter identitário com o público local, a Cerveja Polar passa também a ser uma balizadora do que é ou não “ser gaúcho”, de modo que seus anúncios passam a fazer parte da cultura e da história recente do Rio Grande do Sul, tornando-se parte do cotidiano do consumidor.

Ao mesmo tempo é possível concluir que a construção discursiva de caráter regional na publicidade é formada principalmente por elementos sociais identitários que podem ser estudados pelo viés da micro-história. Dessa maneira, enquanto espelha as tradições e costumes de um povo, a publicidade estabelece

uma via de mão dupla entre a marca e o consumidor, enaltecendo valores históricos e sociais do meio e, ao mesmo tempo, propondo novos processos culturais para a sociedade.

Também é possível inferir, a partir da breve análise conduzida, que a identidade social é um elemento robusto para construir um vínculo contundente das marcas com os espectadores locais. Identidade essa, que também é construída e organizada midiaticamente e sustentada pela publicidade. Assim, é possível dizer que os vínculos identitários também estão presentes e são parte fundamental nas condições de produção dos textos publicitários.

Sendo assim, diante dos entrecruzamentos teóricos metodológicos propostos para a análise, entende-se que relações entre a publicidade e os estudos de micro-história são pertinentes. Sob essa ótica podemos entender que a publicidade, através de seu papel de agente social, pode ser estudada pela história, e que anúncios como esse, de cunho identitário, somado a presença da cerveja Polar no imaginário coletivo dos gaúchos, pode ser compreendido como um recorte que possa servir de objeto para a análise micro-histórica, a fim de compreender as identidades e culturas regionais que constituem o imaginário riograndense.

REFERÊNCIAS

1. BARTHES, Roland. A aventura semiológica. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
2. BAUMAN, Zygmunt. Modernidade e ambivalência. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
3. BOAVENTURA, Alberto. A cultura. São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://arboaventura.files.wordpress.com>>. Acesso em: 20 dez. 2019.
4. CHARAUDEAU, Patrick. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: In: MACHADO, I.L.; MELLO, R. (org.). Gêneros: Reflexões em Análise do Discurso. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFGM, 2004.
5. CHARAUDEAU, Patrick. Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional. 2009. In: PIETROLUONGO, Márcia. (Org.) O trabalho da tradução. Rio de Janeiro: Contra Capa,

- 2009, p. 309-326. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/Identidade-social-e-identidade.html>. Acesso em: 02 jul. 2019.
6. CHARAUDEAU, Patrick. Linguagem e discurso: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2019.
7. CERVEJA POLAR. Facebook: @cevapolar. Disponível em: <https://www.facebook.com/CevaPolar>. Acesso em: 08 jul. 2019.
8. FISCHER, Augusto Luís. Dicionário de portogalegrês. Porto Alegre: L&PM, 2007.
9. GASTALDO, Édison. Publicidade e Sociedade uma perspectiva antropológica. Porto Alegre: Sulina, 2013.
10. GINZBURG, Carlo. O nome e o como: troca desigual e mercado historiográfico. In: A Micro- história e outros ensaios. Lisboa/Rio de Janeiro: Difel/ Bertrand Brasil, 1989. Capítulo V.
11. GINZBURG, Carlo. Provas e Possibilidades à margem de “Il ritorno de Martin Guerre”, de Natalie Davis. A Micro-história e outros ensaios. Lisboa: DIFEL; Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1991. Capítulo VI.
12. HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
13. JACKS, Nilda. Midia Nativa: indústria cultural e cultura regional. Porto Alegre: UFRGS, 2003.
14. LEVI, Giovanni. A herança imaterial: trajetória de um exorcista no Piemonte do século XVII. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.
15. LUHMANN, Niklas. A realidade dos meios de comunicação. São Paulo: Paulus, 2005.
16. QUIJANO, Aníbal. Colonialidade do poder, Eurocentrismo e América Latina. Buenos Aires: CLACSO, 2005. Disponível em: http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/sur-sur/20100624103322/12_Quijano.pdf. Acesso em: 25 mar. 2019.
17. REVEL, Jacques. A história ao rés do chão. In: LEVI, Giovanni. A herança imaterial: trajetória de um exorcista no Piemonte do século XVII. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.
18. SANTOS, Airton Engster dos. Cerveja Polar. Disponível em: <<http://www.x-flog.com.br/Aepan/126355>>. Acesso em 13/11/2019.
19. SOLOMON, Michel R. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. Porto Alegre: Bookman, 2002.
20. VERÓN, Eliseo. L´analyse du ‘contrat de lecture’: pour une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports presse. Les médias, expériences, recherches actuelles, applications. Tradução: Áurea Pitta. Paris: IREP, 1983. Mimeo.
21. YOUTUBE. Anúncio Cerveja Polar: Latas comemorativas da Copa do Mundo 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/6k8flt>>. Acesso em: 01 jun. 2020.

This page is intentionally left blank



Scan to know paper details and
author's profile

Typology of Volume-Space Structures of the Orthodox Monasteries of the Kaluga Province in the Process of their Historical Development

Grigoriy Valerievich Altunin

ANNOTATION

The monasteries of the Kaluga province represent a failure of diverse architectural ensembles, with complex internal dynamics that do not allow bringing the variety of forms to uniform evaluation criteria. The process of building up the monastery complex sometimes took several centuries, and therefore the architectural and compositional decisions of a monastery are often not sustained in a single stylistic direction. Considering the developed monastery complexes as established architectural structures, one can note many common typological features in their development, layout and composition. This is due to the unity of functional purpose, as well as the symbolic interpretation of the monastery ensemble.

Keywords: monastery complex, central core, cathedral, refectory, bell tower.

Classification: LCC Code: NA5453

Language: English



Great Britain
Journals Press

LJP Copyright ID: 573323

Print ISSN: 2515-5784

Online ISSN: 2515-5792

London Journal of Research in Humanities & Social Science

Volume 24 | Issue 11 | Compilation 1.0



Typology of Volume-Space Structures of the Orthodox Monasteries of the Kaluga Province in the Process of their Historical Development

Типология Объемно-Пространственных Структур Православных Монастырей
Калужской Губернии в Процессе их Исторического Развития

Grigoriy Valerievich Altunin

ANNOTATION

The monasteries of the Kaluga province represent a failure of diverse architectural ensembles, with complex internal dynamics that do not allow bringing the variety of forms to uniform evaluation criteria. The process of building up the monastery complex sometimes took several centuries, and therefore the architectural and compositional decisions of a monastery are often not sustained in a single stylistic direction. Considering the developed monastery complexes as established architectural structures, one can note many common typological features in their development, layout and composition. This is due to the unity of functional purpose, as well as the symbolic interpretation of the monastery ensemble.

Keywords: monastery complex, central core, cathedral, refectory, bell tower.

Author: Assistant, Department of History of Architecture and Preservation of Architectural Heritage, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «St. Petersburg Academy of Arts named after Ilya Repin».

АННОТАЦИЯ

Монастыри Калужской губернии представляют собой разноплановые архитектурные ансамбли, со сложной внутренней динамикой, не позволяющей привести многообразие форм к единым критериям оценки. Процесс сложения монастырского комплекса порой занимал

несколько столетий, в связи с чем архитектурные и композиционные решения того или иного монастыря зачастую не выдержаны в едином стилистическом направлении. Рассматривая развитые монастырские комплексы в качестве сложившихся архитектурных структур, можно отметить немало общих типологических признаков в их застройке, планировке и композиции. Это обусловлено единством функционального назначения, а также символической интерпретацией монастырского ансамбля.

Ключевые Слова: монастырский комплекс, центральное ядро, собор, трапезная, колокольня.

I. ВВЕДЕНИЕ

История монастырского строительства на Калужской земле восходит к началу XV в. - периоду падения монголо-татарского ига и объединения русских земель вокруг Москвы и ознаменованное расцветом православного искусства и переосмысления культурных традиций, связывавших Киевскую Русь с Московским царством. В процессе возникновения и развития монастырей на Калужской земле, продолжавшегося вплоть до начала XX в., было образовано порядка 43 обителей различного типа, уровня и статуса. В течение пяти столетий своего исторического развития калужские монастыри меняли свою планировочную структуру, усложнялось их функциональное зонирование и композиционное решение. Не менее важные изменения

происходили и в самом характере архитектуры, то есть в стилистических особенностях построек различных периодов, которые в целом проходили в русле развития русской архитектуры [1, с. 125]. Таким образом калужские монастыри постепенно превращались в целостные архитектурные ансамбли, замечательные тем, что отличаются целостностью планировочной структуры, законченностью панорамного восприятия и общей асимметричностью композиции. В архитектурном отношении они имеют очень сложную соподчиненную структуру и отличаются единообразием архитектурно-планировочных приемов. Не смотря на то, что застройка могла варьироваться в зависимости от типа и материального достатка, тем не менее наблюдаются общие закономерности развития планировочной структуры. С точки зрения архитектурно-композиционной целостности монастырский комплекс представлял собой сложную структуру, компоненты которой были соподчинены не только функционально и композиционно, но и идейно-символически. Этим объясняются некоторые композиционные особенности пространственной организации монастырей, отличавшиеся определенным единообразием и общностью основных принципов [2, с. 201]. Для монастырских комплексов Калужской губернии характерны следующие основные композиционные принципы: зависимость от природного окружения; замкнутый периметр наружных стен; четкая иерархия высот монастырских построек; концентричность с выделением собора в центре.

Главенство собора подчеркивалось не только центральным местоположением, но и преобладающими объемами и высотой по сравнению с другими постройками, формой завершения. Как правило, собор был пятиглавым, в то время как остальные храмы монастырского ансамбля – одноглавыми. [2, с. 201]. Непосредственно к собору примыкала площадь, вокруг которой группировались основные постройки. [3, с. 96]. Таким образом, собор является главным зданием, в связи с которым и в зависимости от которого

формировался архитектурный облик всего монастырского ансамбля [4, с. 290]. Собор, как правило, ставился под углом к оси монастырской площади, а так же со сдвигом от нее влево или вправо. Благодаря подобному расположению наблюдатель воспринимает его немного сбоку и в более сильном перспективном сокращении, что усиливает архитектурное значение и психологическое воздействие сооружения на зрителя. Мастера, занимавшиеся возведением монастырских ансамблей Калужской губернии, придерживались традиционных древнерусских градостроительных приемов и избегали фронтальных точек зрения. Таким образом постройки монастыря рассчитаны на угловую точку зрения.

Другим немаловажным компонентом монастырского ансамбля была трапезная. Ее назначение не являлось сугубо утилитарным, в результате чего она тяготела больше к культовым постройкам, нежели к хозяйственно-бытовым. С идейной точки зрения трапезная - место совместного вкушения пищи, - своего рода аллегория Тайной вечери, отразившееся в построении при ней отдельной церкви. Однако, здесь стоит отметить, что понятия «трапезная церковь» не существует. Следует разделять церковь и пристроенную к ней трапезную. Она могла размещаться к югу, западу или северу от собора, но никак ни с восточной стороны. Говоря о трапезной, следует учесть, что речь идет именно об общежительном монастыре.

Монастырская ограда являлась значимым элементом не только с точки зрения защиты и обороны, но и как важная пространственная составляющая, придающая композиции упорядоченную структуру [5, с. 5]. Расцвет строительства каменных стен вокруг монастыря приходится на вторую половину XVII в. [3, с. 98]. В числе основных принципов формирования монастырских комплексов стоит отметить стремление к геометрической правильности в очертаниях периметра стен монастыря [3, с. 207]. К концу XVII в. регулярность конфигурации плана монастыря стала традиционным композиционным

приемом: структура планировочной организации стремится к большей геометричности очертаний, а расстановка башен стала приобретать определенную регулярность [6, с. 12]. В то же время подобная планировка была продиктована не отвлеченными геометрическими фигурами или произвольными соотношениями отдельных своих частей, а исходила из тех архитектурных пропорциональных положений, которые были распространены среди каменных дел мастеров [5, с. 79]. Анализируя планировочную организацию монастырей Калужской губернии мы встречаем комплексы, имеющие периметр стен как в виде широко распространенного среди русских монастырей правильного прямоугольника (Козельская Оптина пустынь (рис. 9 г), Калужская Тихонова пустынь (рис. 7 г), Мещовский Георгиевский (рис. 5 г) и Лихвинский Покровский Добрый монастыри (рис. 4 г), так и не совсем типичный более или менее правильный ромб (Пафнутьев-Боровский монастырь (рис. 6 г) [5, с. 78].

Основные составляющие элементы ограды – ворота и башни. Во внешнем художественном облике крепостные башни являлись важнейшими структурными элементами. Фиксируя конечные точки архитектурной композиции, они поддерживают и завершают ритмику вертикальных акцентов монастырского ансамбля. Архитектурная композиция монастыря приобретает черты гармоничной завершенности: горизонтали прясел стен и вертикали башен, уравновешивая друг друга, складываются в самодостаточные картины с каждой отдельной точки зрения [6, с. 13]. Парадный въезд – Святые ворота, ориентированные на собор (что еще больше подчеркивало его главенствующее значение), как правило, украшались надвратной церковью. Башни помимо своего фортификационного назначения служили в качестве кладовых, мастерских и даже жилых помещений.

Обязательным элементом монастырской застройки была колокольня, устраиваемая

главным образом к западу от собора, и вертикальным акцентом выделявшая его среди остальной застройки. Даже если колокольня становилась композиционным стержнем монастыря, она все равно оставалась элементом, композиционно указывающим на доминирующую роль собора.

С течением времени из небольшой обители монастыри перерастают в крупные хозяйственные предприятия с развитой системой жилых, хозяйственных и бытовых построек, приобретающих все большее значение. По мере разрастания появлялось все больше служебных и подсобных построек: поварни, амбары, погреба и т.д. [7, с. 310]. Возрастает роль трапезной с целой группой подсобных помещений. К собору пристраиваются приделы, там самым увеличивая и усложняя его первоначальную форму. Таким образом, архитектурно-планировочное ядро монастыря составляет уже не только собор, а вся группа культовых, жилых и обслуживающих построек, образуя сложный комбинированный объем [8, с. 135].

В соответствии с композиционными признаками центрального ядра калужских монастырей, состоящего из собора, колокольни и теплой церкви, можно выделить 3 основных типа группировки строений: треугольный, веерный и осевой (рис. 1). Для треугольного типа характерно размещение основных построек центрального ядра по вершинам треугольника. При подобном композиционном приеме при начале восприятия от центральных ворот обеспечивается последовательное восприятие объектов с серией сменяющихся видов и перспектив. Веерный тип свойственен развитому центральному ядру, состоящему из более трех объектов, расположенных по плавной или ломаной дуге, раскрытой в сторону восприятия (примером подобной композиции может служить ансамбль Пафнутьева Боровского монастыря (рис. 6). При осевом типе объекты центрального ядра группируются вдоль продольной оси [9].

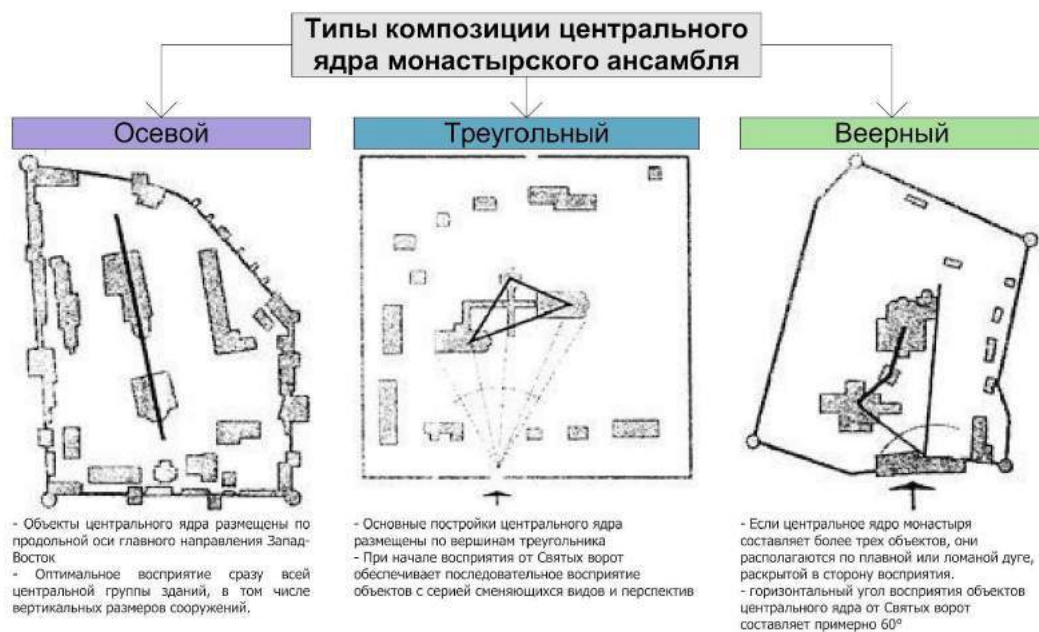


Рис. 1: Типы композиции центрального ядра монастырского ансамбля по Фокееву А.А. [9]

Разрастающиеся здания трапезной, монашеских келий и других построек, группируясь поодаль от собора, очерчивают границы Соборной площади. В результате ее пространство получает ведущее значение в планировке центральной группы монастыря. Подобный вариант планировочной структуры внутреннего пространства можно отметить для Боровского Пафнутьева монастыря [8, с. 137].

Соборная площадь в монастырском комплексе играла значительную роль в формировании композиционного центра монастыря и окруженной различными постройками. В отличие от западноевропейского собора типа базилики, вытянутого по оси запад-восток, русский собор, напротив, имеет центрическую кубическую форму, сформировавшуюся в процессе влияния особого богослужебного церемониала. Дело в том, что западный вход использовали епископ или митрополит с народом, а южный - князья со своими приближенными. Таким образом русский храм обладал двумя взаимно перпендикулярными входами, игравшими одинаково важную роль. Площадь формировалась вокруг именно с южной стороны собора по причине того, что через южный портал происходил торжественный выход князя к народу [4, с. 289-290].

Представленный выше обзор расположения зданий на территории монастыря позволяет проследить, в чем именно исторически выразились типичные черты его устройства. Стоит отметить, что не смотря на многообразие монастырских построек, столь разных по своему функциональному назначению, располагались они не хаотично, а в соответствии с определенной закономерностью. Все монастырские постройки образовывали четкую иерархическую систему, группируясь по функциональному принципу и соподчиняясь между собой (рис. 2). Так, собор доминировал над трапезной, а та в свою очередь - над близстоящими поварней и пекарней, которые в свою очередь являлись центром для ледников, сушиль и амбаров. Колокольни ставились к западу от собора. Начиная со второй половины XVII в. колокольни стали играть роль высотной доминанты [3, с. 96]. Наличие внутри одного комплекса построек, резко отличающихся по высоте или характеру завершения, обусловило такой прием в выявлении композиционных особенностей компонентов монастырских ансамблей как принцип контраста.

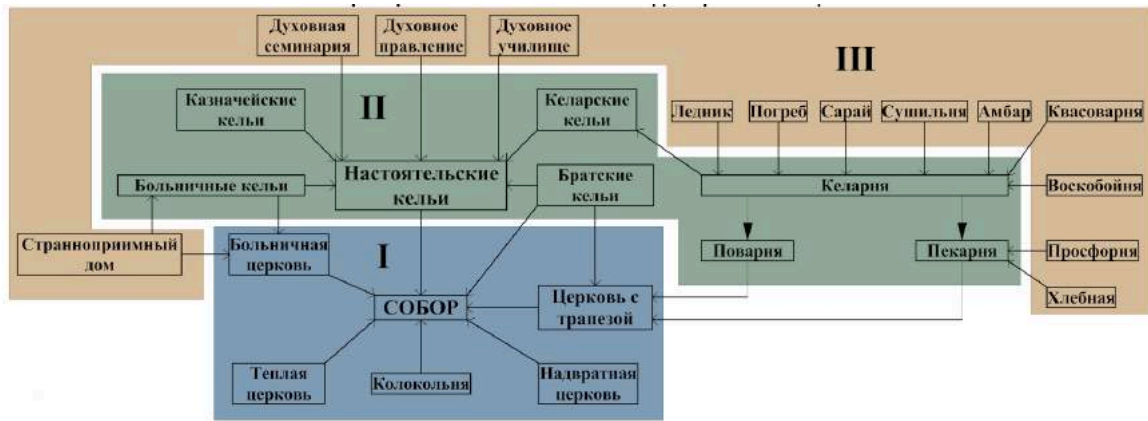


Рис. 2: Взаимосвязь построек различного назначения на территории монастырского комплекса (схема выполнена автором статьи)



Рис. 3: Схема концентрических поясов (выполнена автором статьи по Никольскому Н.К. [10])

Монастыри объемами входящих в их состав храмов, келейных корпусов и служб, огражденные стеной, выделялись среди городской застройки и обширных загородных территорий. Такие компоненты объемно-пространственных композиций, как силуэтность, высотность, сочетаемость объемов, тесно связаны между собой и неотделимы от планировочных структур. При формировании архитектурного ансамбля монастыря особое внимание уделялось его силуэтности. В ансамблевых построениях монастырских комплексов Калужской

губернии можно проследить три основных признака силуэтных композиций: преобладание горизонтальных направлений и связанных с ними форм; господство высотных композиций и контраст между ними и фоновой застройкой; сочетание вертикальных и горизонтальных форм (рис 4-9 в). Горизонтальные композиции характерны для условий сложного рельефа как противопоставление ему. Примером может служить Малоярославецкий Черноостровский монастырь (рис. 8 в), расположенный на высоком холме и окруженный глубокими

оврагами. Общая активная силуэтность присуща монастырским комплексам, расположенным на плоских территориях. Данный признак силуэтной композиции нашел яркое отражение в ансамбле Тихоновой пустыни, расположенной на равнинной местности при малой речке Вепрейке (рис. 7 в). Подобное усиленное внимание к поиску выразительного силуэта основывается на свойстве человеческого глаза остро реагировать на контур объекта, способствующее его запоминаемости. При восприятии силуэта особое значение имеют точки перелома со сменой направления линии

контура. Важную роль играли покрытиям храмов и колоколен, хорошо читаемых на фоне неба, а так же их сочетание. Для монастырей Калужской губернии характерен живописный силуэт каменных стен и башен, окружающих монастырские постройки, сконцентрированные вокруг собора. При этом отмечается основные композиционные принципы монастырских комплексов Калужской губернии: гармоничное единство построек различного функционального назначения, «вписанных» в ландшафт; сочетание величественных зданий на фоне русской природы.

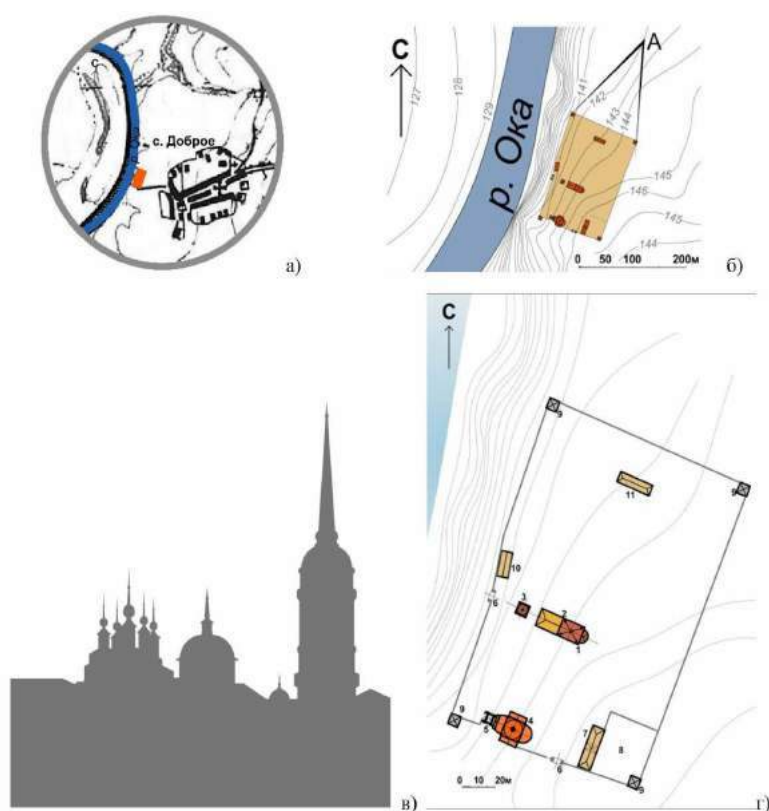


Рис. 4: Село Доброе. Ансамбль Лихвинского Покровского Доброго монастыря (выполнено автором статьи). а – ситуационная схема; б – местоположение по отношению к реке; в – силуэт, вид А; г – схема расположения построек: 1 - собор в честь Покрова Пресвятой Богородицы; 2 - трапезная с приделом в честь Св. Апостола Андрея Первозванного; 3 - колокольня; 4 - храм в честь Вознесения Господня; 5 - Святые ворота; 6 - въездные ворота; 7 - настоятельский корпус; 8 - конный двор; 9 - наугольные башни; 10 - подвал и ледник; 11 - корпус братских келий.

Пропорции, соотношения частей и целого, общий силуэт и высота постройки выбирались в зависимости от соседних строений. Так достигалась гармоничная соподчиненность всего построения, его ансамблевое единство, в котором архитектура, функциональность и

эргономичность были тесно взаимосвязаны. При этом использовались такие принципы архитектурной композиции как уравновешенность основных масс; соподчиненность частей и целого; пропорциональность

расстояния между постройками разной высоты; подобие и контраст.

В процессе длительного многовекового развития монастыри Калужской губернии приобрели сложную планировочную структуру, выраженную в исторической многослойности. Некоторые из калужских монастырей существуют более пяти сотен лет, в течение которых они изменялись как композиционно, так и стилистически. Из первоначальной группы монашеских келий и небольшого деревянного храма вырастали обширные комплексы сооружений самого различного назначения. При этом сами культовые и бытовые сооружения и их фрагменты, взаиморасположение строений на территории монастыря неоднократно

изменялись в целом или в деталях, меняли размеры и формы составляющих их элементов, что в свою очередь породило историческую и художественную аутентичность композиционных взаимоотношений объемно-планировочных образов, присущую русским монастырям. В процессе формирования архитектурного ансамбля монастыря каждая новая эпоха не уничтожала и не заменяла собой полностью предыдущую, а органично в нее вписывалась, образуя сложную гармоничную многослойную структуру, состоящую из множества отдельных зданий традиционной планировки и формы, каждое из которых в свою очередь является самостоятельной планировочной и композиционной единицей.

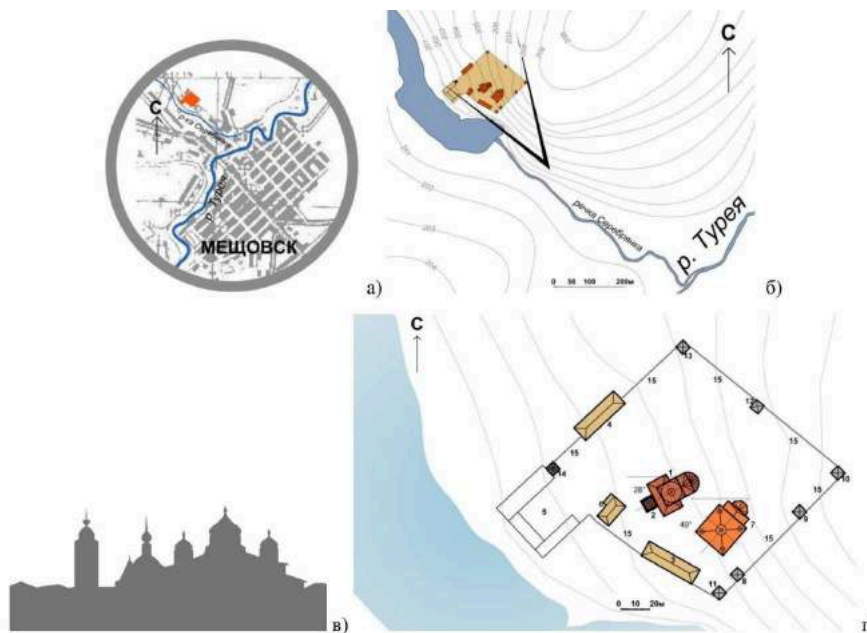


Рис. 5: Мещовск. Ансамбль Георгиевского Мещовского монастыря (выполнено автором статьи). а – ситуационная схема; б – местоположение по отношению к реке; в – силуэт, вид А; г – схема расположения построек: 1 - собор в честь Великомученника Георгия, окончен в 1691 г., двухэтажный: на 1 этаже теплый Георгиевский храм, на 2 этаже холодная церковь во имя Рождества Пресвятой Богородицы; приделы в честь Св. Дмитрия Ростовского Чудотворца (правый) 1760 г. и Воздвижения Честного и Животворящего Креста Господня (левый) 1856 г.; 2 - колокольня, выстроенная в 1820 г. вместо прежней, разрушенной в 1768 г. и окончательно разобранной в 1809 г.; 3 - настоятельский корпус с трапезой; 4 - Духовное училище, 1816 г.; 5 - скотный двор; 6 - каменный сарай, погреб, ледник; 7 - собор в честь Петра и Павла, 1880 г.; 8 - Святые ворота с надвратной башней; 9 - башня с расположенной в ней баней; 10 - башня с расположенными в ней казначейской кельей и хлебной; 11 - наугольная башня, XIX в.; 12 - каменная башня восточной стены; 13 - наугольная башня, 2-я чет. XVIII в.; 14 - наугольная каменная башня с шатровым верхом с расположенной в ней квасоварней, XIX в.; 15 - каменная ограда 2-я пол. XVIII- нач. XIX в.

Не смотря на каноничность и незыблемость планировочно-пространственных решений культовых сооружений и комплексов, монастыри Калужской губернии имеют удивительное разнообразие форм планов и объемно-пространственных композиций. Во многом это связано с тем, что строгость в соблюдении канонов касалась лишь состава зданий, площадей и проездов на монастырской территории и самых общих принципов их взаиморасположения, а так же ориентации культовых сооружений, в остальном же отсутствовали жесткие правила в композиционном взаиморасположении построек на территории монастыря. Поэтому нет единой композиционной схемы, которой соответствовали бы все без исключения

монастыри Калужской губернии. В одном случае главным элементом композиции может являться собор (собор Николая Чудотворца в Малоарославском Черноостровском монастыре (рис. 8 г), Покровский собор в Тихвинском Покровском монастыре (рис. 4 г), Георгиевский собор Мещовского Георгиевского монастыря (рис. 5 г), в другом - соборная площадь (соборная площадь Пафнутьева Боровского монастыря, вокруг которой сконцентрированы храмы и келейные корпуса (рис. 6 г). Так же имеются примеры с размещением соборного храма вне центра монастырской территории (Успенский собор Тихоновой пустыни встроен в ограду и таким образом расположен на периферии монастырской территории (рис. 7 г).

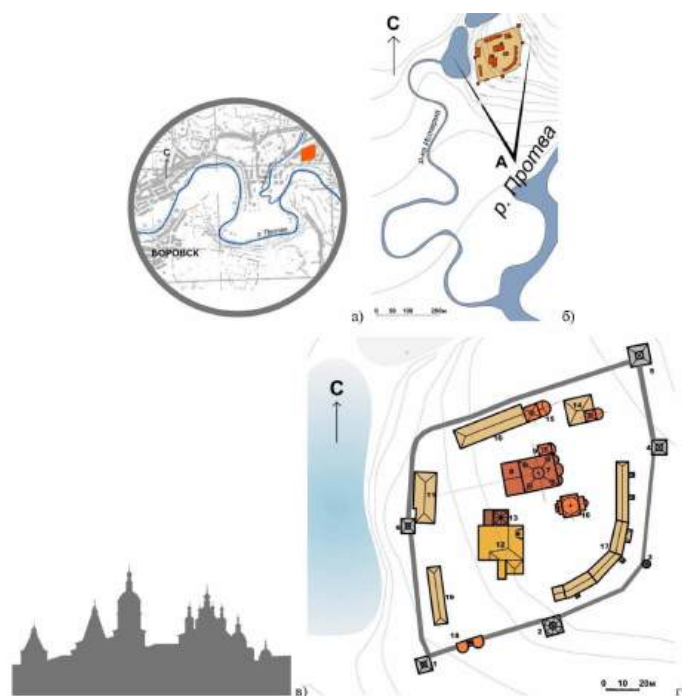


Рис. 6: Боровск. Ансамбль Боровского Пафнутьева монастыря (выполнено автором статьи). а – ситуационная схема; б – местоположение по отношению к реке; в – силуэт, вид А; г – схема расположения построек: 1 - Поваренная (Входная) башня; 2 - Георгиевская (Знаменская) башня; 3 - Круглая башня; 4 - Оружейная башня; 5 - Сторожевая башня; 6 - Тайницкая башня; 7 - Собор Рождества Пресвятой Богородицы 1584-1589 гг.; 8 - Трапезная 1837 г.; 9 - Церковь Св. Вм. Ирины 1651 г.; 10 - Настоятельский корпус; 11 - Погребной корпус; 12 - Рождества Христова не ранее 1511 г.; 13 - Колокольня не ранее 1690 г.; 14 - Больничные палаты с церковью Ильи Пророка не ранее 1670 г.; 15 - Церковь Митрофана Цареградского 1759-1760 гг.; 16 - Церковь Всех Святых 1837 г.; 17 - Юго-восточный братский корпус; 18 - Проломные (Водяные) ворота; 19 - Западный братский корпус.

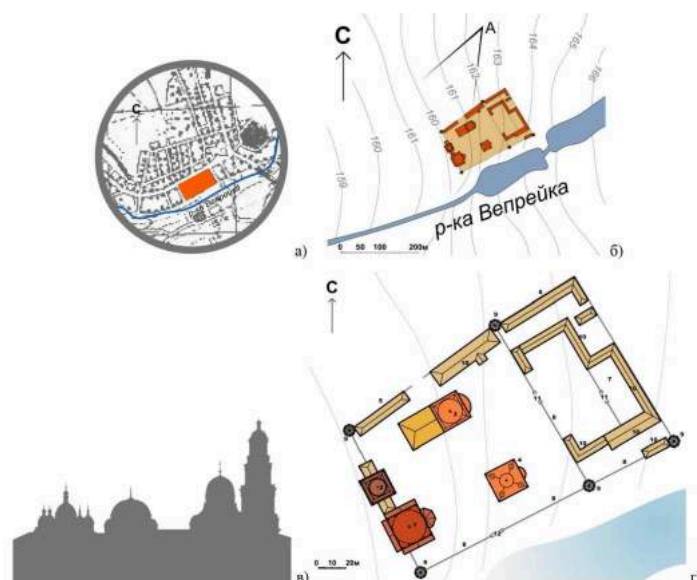


Рис. 7: Ансамбль Калужской Тихоновой пустыни (выполнено автором статьи). а – ситуационная схема; б – местоположение по отношению к реке; в – силуэт, вид А; г – схема расположения построек: 1 - Собор Успения Пресвятой Богородицы 1894-1904 гг.; 2- колокольня 1894 г.; 3 - трапезная с церковью Николая Чудотворца, нач. XX в.; 4 - собор Спаса Преображения, 1876-1886 гг.; 5 - просфорня; 6 - келарня; 7 - конный двор; 8 - каменная ограда; 9 - башни ограды; 10 - хозяйственные и жилые постройки монастыря; 11 - хозяйственные ворота; 12 - въездные ворота.

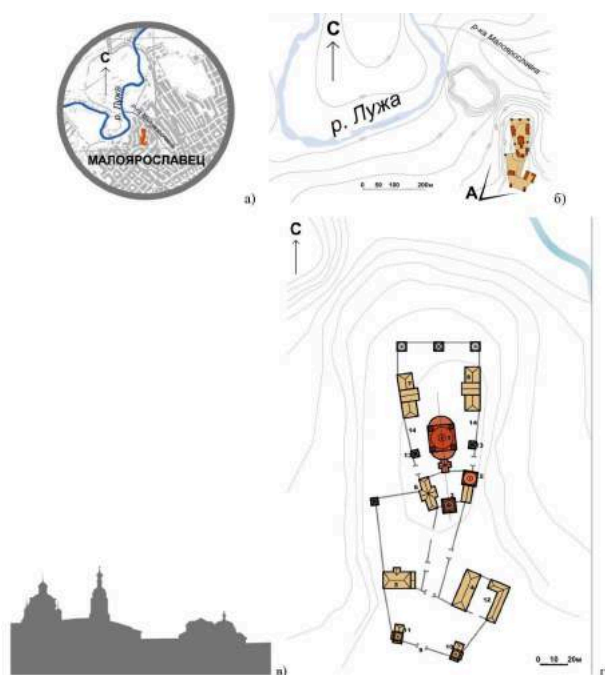


Рис. 8: Малоярославец. Ансамбль Малоярославецкого Николаевского Черноостровского монастыря (выполнено автором статьи). а – ситуационная схема; б – местоположение по отношению к реке; в – силуэт, вид А; г – схема расположения построек: 1 - Собор во имя Святителя Николая Чудотворца 1825-1843 гг.; 2 - теплая церковь: 1-ый придел в честь Корсунской иконы Божьей Матери, 2-ой придел в честь Антония и Феодосия Печерских, 1814 г.; 3 - колокольня 1821 г.; 4 - странноприимный дом; 5 - гостиница для паломников, 1-я пол. XIX в.; 6 - настоятельский корпус, изначально больничные кельи, 1815 г.; 7 - Настоятельский корпус, 1813

г.; 8 - трапезная, изначально братский корпус, 1816 г.; 9 - Святые ворота; 10 - юго-восточная башня с Духовным правлением; 11 - юго-западная башня, часовня; 12 - конный двор, 1817 г.; 13 - каменные башни, 1814-1815 гг.; 14 - каменные стены, 1814-1815 гг.

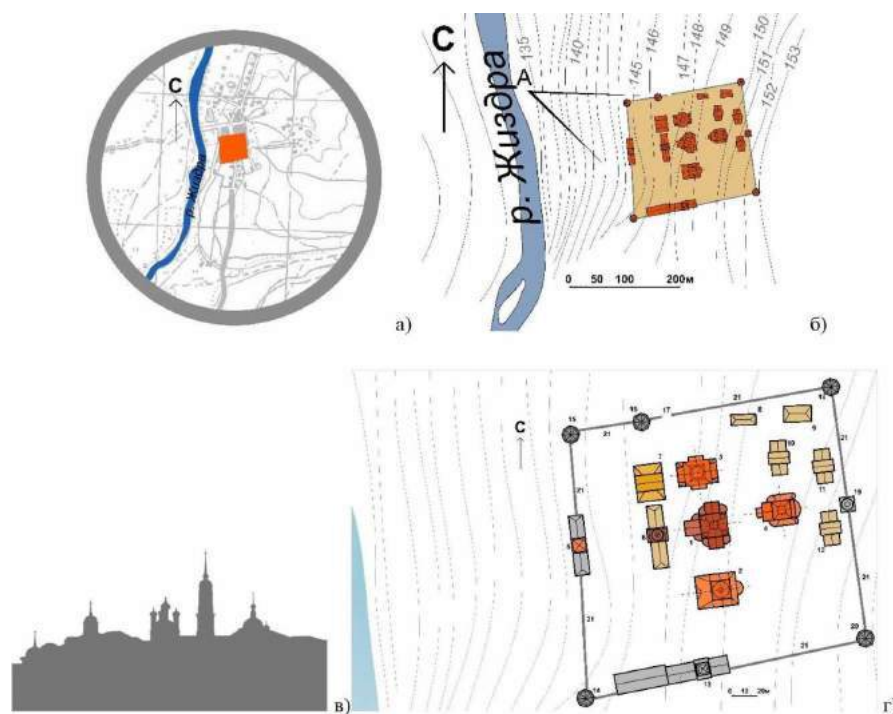


Рис. 9: Введенская Макарьевская Оптиная пустынь (выполнено автором статьи). а – ситуационная схема; б – местоположение по отношению к реке; в – силуэт, вид А; г – схема расположения построек: 1 - Собор Введения во Храм Пресвятой Богородицы, 1750-1771 гг.; 2 – церковь Казанской иконы Божьей Матери, 1805-1811 гг.; 3 - церковь Преподобной Марии Египетской и Анны Праведной (бывшая трапезная) 1822-1858 гг. ; 4 – церковь Владимирской иконы Божьей Матери, 1909-1811 гг.; 5 - надвратная церковь Владимирской иконы Божьей Матери; 6 - колокольня, 1802-1804; 7 - трапезная, XIX в.; 8 - хлебопекарня, 1842 г.; 9 - библиотека, XIX в.; 10 - настоятельский корпус, 1822-1858 гг.; 11 - келейный корпус; 12 - келейный корпус; 13 - Святые ворота, 1830-е гг.; 14 - Пафнутьевская башня, 1830-е гг.; 15 - Паромные ворота; 16 - Никольская башня; 17 – Северные ворота; 18 - Библиотечная башня; 19 - Скитская башня; 20 - Лазаретная башня.

Общим для всех калужских монастырей является относительно постоянный набор структурных элементов и их взаиморасположение в пределах монастырских стен: соборный храм, соборная площадь, храмы местного посвящения, колокольня, трапезная с трапезным храмом, надвратный храм с проездными воротами и входом на территорию монастыря, некрополь, - а так же административно-хозяйственные сооружения (дом архимандрита или игумена со вспомогательными помещениями и храмом) жилые и служебные сооружения (кейные корпуса, больница, иконописные мастерские, библиотека, различные

мастерские, мельницы и пр.), монастырская стена с башнями, в которых часто располагались различные служебные помещения и склады.

В архитектурно-планировочной композиции рассмотренных монастырей Калужской губернии были заложены элементы, делающие возможным дальнейшие их рост и развитие. Это, прежде всего, сохранение живой органической связи с исконно русскими особенностями построения и планировки, выражающимися не в регулярности и симметрии, а в архитектурно уравновешенной композиции целого. Таким образом,

привнесение законов природной гармонии в рукотворный архитектурный ансамбль составляет основу принципа подобия, на котором построены композиции многих ансамблей древнерусского зодчества. Данная особенность позволяла в дальнейшем достраивать и встраивать новые здания, не нарушая архитектурно-композиционных особенностей того или иного монастырского комплекса. В каждом из рассмотренных монастырских комплексов прослеживается явное непараллельное расположение построек, даже культового назначения, не смотря на то, что в соответствии с церковным канонм алтарная апсида должна быть строго ориентирована на восток, а следовательно, все храмы должны иметь одинаковую ориентацию вдоль оси «восток-запад» и располагаться параллельно друг другу. Но при анализе планировочной структуры рассмотренных монастырских ансамблей можно заметить, что даже в пределах одного комплекса храмы располагаются с различным отклонением от оси «запад-восток», создавая таким образом некоторую непараллельность и даже, на первый взгляд, хаотичность застройки. Стоит заметить, что данное обстоятельство обусловлено, во-первых, тем, что алтарь ориентировался на восход на период закладки того или иного храма. Таким образом, алтари храмов, заложенных в различные периоды года, имеют отклонения в ориентации на восток. Образовавшаяся при этом неупорядоченность создала множество непредсказуемых ракурсов, позволяющих воспринимать монастырский ансамбль со всех сторон. Описанное качество создало множество силуэтных сочетаний при восприятии комплекса с разных направлений, постоянно меняющихся по мере движения.

II. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основе проанализированного материала можно выявить основные черты формирования монастырских ансамблей: главенство собора над прочими постройками, периметральность и концентричность расположения построек в зависимости от их функционального назначения, стремление к

геометрической правильности очертаний монастыря. Стоит отметить, что перечисленные особенности присущи исключительно монастырским комплексам и не характерны, например, для русских кремлей и крепостей. Тенденция к регулярности в монастырском строительстве возникает значительно раньше, чем в крепостном или городском [2, с. 207]. Тем не менее, в планировочной системе монастырей и кремлей есть и общие черты. Выполняя роль крепости, и те, и другие, совмещали на достаточно ограниченной, огороженной стеной, территории, постройки культового, оборонительного, жилого, хозяйственного назначений. Однако, компактность монастыря и концентрация построек вокруг собора придавали ему определенные особенности в планировочной структуре. Строения на территории монастыря размещались концентрическими поясами (рис. 3). Центральное место занимал соборный храм с приделами. Вблизи от него – трапезная и звонница, далее размещались жилые и хозяйственные постройки, замыкающим звеном выступала каменная или деревянная ограда [8, с. 132]. Не смотря на различие объемно-архитектурных решений основных монастырских зданий (собора, трапезной, колокольни, келий) все они взаимно дополняли и уравнивали друг друга. На протяжении XVI в. сформировалась структура монастырского комплекса с архитектурно-композиционными приемами, повторяющимися с незначительными изменениями в последующем монастырском строительстве. Архитектурный ансамбль православного монастыря – замкнутый, компактный и композиционно завершённый – выражал идею религиозного, культурного, военного и политического центра [6, с. 17].

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Алтуни Г.В. Исторический процесс возникновения и развития православных монастырей на Калужской земле // Богословско-исторический сборник. 2019. № 3 (15). - Калуга : Калужская духовная семинария, 2019.

2. Бусева-Давыдова И.Л. Некоторые особенности пространственной организации древнерусских монастырей // Архитектурное наследие. М., 1986. № 34.
3. Монашество и монастыри в России XI-XX века. Исторические очерки. – М.: Наука, 2002.
4. Ильин М.А. К истории архитектурной композиции русских монастырей 17 в. // Ежегодник Института истории искусств. 1954. М., 1954.
5. Ильин М.А. Монастыри Московской Руси XVI века как оборонительные сооружения. - "Исторический журнал", № 7-8. М., 1944.
6. Вдовиченко М.В. Архитектура русских монастырей. В кн.: Русские монастыри. М., 1995.
7. Русское градостроительное искусство. Древнерусское градостроительство X-XV веков / [Н. Ф. Гуляницкий, А. В. Куза, А. С. Щенков и др.]; Под общ. ред. Н. Ф. Гуляницкого; ВНИИ теории архитектуры и градостроительства. - М. : Стройиздат, 1993.
8. Лавров В.А. Развитие планировочной структуры исторически сложившихся городов. – М.: Стройиздат, 1977.
9. Фокеев А.А. Современный храмовый приходской комплекс — развитие русских монастырей. Материалы международной конференции, М., 2000.
10. Никольский Н.К. Кирилло-Белозерский монастырь и его устройство до второй четверти XVII века (1397-1625). - СПб: Синодальная тип., 1897-1910.
4. Ilyin M.A. On the history of the architectural composition of Russian monasteries of the 17th century // Yearbook of the Institute of Art History. 1954. М., 1954.
5. Ilyin M.A. Monasteries of Moscow Russia of the 16th century as defensive structures. - "Historical Journal", No. 7-8. М., 1944.
6. Vdovichenko M.V. The architecture of Russian monasteries. In the book: Russian monasteries. М., 1995.
7. Russian urban planning art. Old Russian urban planning of the X-XV centuries / [N. F. Gulyanitsky, A. V. Kuza, A. S. Schenkov, etc.]; Under the total. ed. N. F. Gulyanitsky; All-Russian Research Institute of Theory of Architecture and Urban Planning. - М.: Stroyizdat, 1993.
8. Lavrov V.A. Development of the planning structure of historically developed cities. - М.: Stroyizdat, 1977.
9. Fokeev A.A. The modern temple parish complex is the development of Russian monasteries. Materials of the international conference, М., 2000.
10. Nikolsky N.K. Kirillo-Belozersky monastery and its structure until the second quarter of the XVII century (1397-1625). - St. Petersburg: Synodal typ., 1897-1910.

BIBLIOGRAPHY

1. Altunin G.V. The historical process of the emergence and development of Orthodox monasteries in the Kaluga land // Theological and historical collection. 2019.No 3 (15). - Kaluga: Kaluga Theological Seminary, 2019.
2. Buseva-Davydova I.L. Some features of the spatial organization of Old Russian monasteries // Architectural heritage. М., 1986. No. 34.
3. Monasticism and monasteries in Russia XI-XX centuries. Historical essays. - М.: Nauka, 2002.



Scan to know paper details and
author's profile

Psychological Vulnerability of Students in General Education School as a Risk Factor for Personal Psychological Health

Ismanova Nurlan Abdrasulovna & Abylkasymova Asel Osmonbekovna

Osh State University

ANNOTATION

The work carried out a situational analysis, assessed the social risks and threats of the educational environment and its negative consequences, which affect the formation of an inferiority complex in children, the emergence of social diseases, the emergence of trends in deviant behavior and problems of social adaptation in the future. The problems of psychological vulnerability of a child in the educational environment of a school are considered, due to the current situation in the education system and the growing needs of society for a psychologically healthy person who could effectively cope with technological, informational and socio-psychological threats of the modern world. The need to create sufficient conditions for the student to ensure such a mental state that makes it possible to master the curriculum well, find a common language with classmates and the teacher, develops his mental and psychological capabilities, contributes to his physical and mental health, and the formation of psychological stability of the individual to the difficulties of life is noted.

Keywords: educational environment, psychological vulnerability, risk factor, psychological safety, psychological well-being of the environment, psychological stability.

Classification: LCC Code: LB3430

Language: English



Great Britain
Journals Press

LJP Copyright ID: 573324

Print ISSN: 2515-5784

Online ISSN: 2515-5792

London Journal of Research in Humanities & Social Science

Volume 24 | Issue 11 | Compilation 1.0



© 2024. Ismanova Nurlan Abdrasulovna & Abylkasymova Asel Osmonbekovna. This is a research/review paper, distributed under the terms of the Creative Commons Attribution- Noncommercial 4.0 Unported License <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), permitting all noncommercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Psychological Vulnerability of Students in General Education School as a Risk Factor for Personal Psychological Health

Психологическая Уязвимость Учащихся в Общеобразовательной Школе как Фактор Риска Психологического Здоровья Личности

Ismanova Nurlan Abdrasulovna^α & Abylkasymova Asel Osmonbekovna^σ

ANNOTATION

The work carried out a situational analysis, assessed the social risks and threats of the educational environment and its negative consequences, which affect the formation of an inferiority complex in children, the emergence of social diseases, the emergence of trends in deviant behavior and problems of social adaptation in the future. The problems of psychological vulnerability of a child in the educational environment of a school are considered, due to the current situation in the education system and the growing needs of society for a psychologically healthy person who could effectively cope with technological, informational and socio-psychological threats of the modern world. The need to create sufficient conditions for the student to ensure such a mental state that makes it possible to master the curriculum well, find a common language with classmates and the teacher, develops his mental and psychological capabilities, contributes to his physical and mental health, and the formation of psychological stability of the individual to the difficulties of life is noted. The importance of developing educational standards, programs, priority technologies for creating a good educational environment at school and the role of psychological services that would contribute to the formation of a healthy and prosperous individual in society are highlighted. The relevance of this problem is also indicated by the fact that it has been studied relatively recently and is not sufficiently developed at the present stage. The theoretical and methodological basis of the study were general scientific methods of

analysis, synthesis and generalization of material, qualitative and quantitative assessment of the situation in society. The practical significance and novelty of the article lies in the updating and implementation of new approaches to the formation of psychological health of the individual, in the development of modern mechanisms for the development of a culture of education and psychoanalytic therapy, in the systematization of taking into account the needs of students in secondary schools, the use of methods of universal participation in the decision-making process, partnership activities of teachers and parents, government agencies, social institutions and civil society.

Keywords: educational environment, psychological vulnerability, risk factor, psychological safety, psychological well-being of the environment, psychological stability.

Author α: Candidate of Sociological Sciences, Osh State University, Department of Psychology, 723510, Kyrgyzstan, Osh.

σ: Graduate student, Osh State University, Department of Psychology, 723510, Kyrgyzstan, Osh.

АННОТАЦИЯ

В работе проведен ситуативный анализ, дана оценка социальным рискам и угрозам образовательной среды и ее негативным последствиям, которые влияют на формирование комплекса неполноценности у детей, возникновению социальных болезней, возникновению тенденции девиантного поведения и проблем социальной адаптации в будущем. Рассмотрены проблемы

психологической незащищенности ребенка в образовательной среде школы, обусловленные современной ситуацией в системе образования и растущими потребностями общества в психологически здоровой личности, которая могла бы результативно справляться с технологическими, информационными и социально-психологическими угрозами современного мира. Отмечена необходимость создания достаточных условий учащемуся, обеспечивающих такое психическое состояние, которое дает возможность хорошо усвоить учебную программу, найти общий язык с одноклассниками и учителем, развивает его психические и психологические возможности, способствует его физическому и психическому здоровью, формированию психологической устойчивости личности к трудностям жизни. Выделена значимость разработки образовательных стандартов, программ, приоритетных технологий для создания хорошей образовательной среды в школе и роли психологической службы, которая бы способствовала формированию здоровой и благополучной личности в обществе. Актуальность данной проблемы обозначена и тем, что она изучается относительно недавно и недостаточно разработана на современном этапе. Теоретической и методологической основой исследования стали общенаучные методы анализа, синтеза и обобщения материала, качественная и количественная оценка ситуации в обществе. Практическая значимость и новизна статьи состоит в актуализации и внедрении новых подходов к формированию психологического здоровья личности, в выработке современных механизмов развития культуры образования и психоаналитической терапии, в систематизации учета потребностей учащихся общеобразовательных школ, применение методов всеобщего участия в процессе принятия решений, партнерскую деятельность педагогов и родителей, государственных структур, социальных институтов и гражданского общества.

Ключевые слова: образовательная среда, психологическая незащищенность, фактор риска, психологическая безопасность, психологическое благополучие среды, психологическая устойчивость.

I. ВВЕДЕНИЕ

Научно доказано, что процесс социализации личности идет в течении всей его жизни, начиная с семьи и продолжая в образовательной, производственной среде, в обществе в целом. А формирование личности происходит как под влиянием социальной среды в семье, в детском саду, в образовательном учреждении, так и в обществе. Известно, что качество социализации личности, зависит от социально-культурного уровня самой социальной среды. Ребенок приходит в образовательную среду с определенным багажом знаний, умений, психологических и физических особенностей, полученных в семье. Новая среда (школа) встречает его с определенными факторами риска психологической безопасности, которые растут с потребностями современного общества в психологически здоровой личности, которая могла бы успешно справляться с технологическими, информационными и социально-психологическими угрозами современного мира. Существует гипотеза, что в современных социально-экономических условиях общества с каждым годом увеличивается количество детей с особенностями физического и психического развития, детей с девиантным поведением, количество детей и семей в трудной жизненной ситуации. Для работы с ними актуален вопрос значимости применения соответствующих мер по организации психологической помощи как в семье, так и в учреждениях образования (детсад, школа). Сегодня по Кыргызстану функционируют более 1898 государственных детских садов (с охватом 198 тыс. детей) и 2380 общеобразовательных школ (с охватом 1 мл.

407 тысяч 347 учащихся)¹. Несмотря на возрастающую роль психологической службы в сохранении психического здоровья личности и роста потребности услуг педагога-психолога в обществе, по республике только в 83 школах города Бишкека (из 104) и в 4 частных школах города Ош введены услуги педагога-психолога, которые оплачиваются за счет бюджета мэрии. Учитывая основные тенденции, предъявляемые к современной системе образования в новых социальных условиях общества², стоит необходимость введения психологической службы в учреждения дошкольного и общего среднего образования, которая предусматривала бы построение индивидуальной образовательной траектории для учащегося, принимая во внимание его индивидуально-психологические особенности, физическую, социальную, экономическую уязвимость, предусматривая реабилитацию и адаптацию его в общество. Это является *ключевой проблемой и новой площадкой для исследования* (они рассмотрены в последующих разделах статьи). Реализация этих задач будет способствовать формированию здорового поколения и обеспечению благосостояния и процветания государства.

II. МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Психология здоровья предполагает нормальную эмоциональную, поведенческую, социальную зрелость и модель человека для результативного функционирования в обществе. Как уже известно на психологию здоровья человека воздействуют множество факторов: позитивный душевный настрой, дружба, занятость, досуг, социальный статус, образование, семья, физическое здоровье, любимое занятие, уровень дохода.³ Поэтому

актуализация психологической защищенности ребенка в образовательной среде на современном этапе в целях укрепления здоровья школьников, будет способствовать созданию в школе безопасных условий труда и учебы, защите от всех форм дискриминации, искоренению психоэмоциональных недосмотров и агрессивности социальной среды, следствием которых является рост социальных заболеваний, девиантного и суицидного поведения. Наблюдения показали, что налаживание трехстороннего взаимодействия образовательной среды со школьниками, педагогами и родителями является значимым инструментом деятельности и условием снижения числа напряженных ситуаций в педагогическом процессе и обеспечении психологической защищенности личности.

Психологическая безопасность в нашем понимании—это переживание личностью психологического комфорта, выражающееся в осознании собственного статуса, чувства собственного достоинства и их неприкосновенности, а также в эмоциональном принятии себя [6]. На сегодня исследователи рассматривают психологическую безопасность в школе с позиций двух аспектов: психологическая безопасность образовательной среды и психологическая безопасность личности, которые тесно взаимосвязаны друг с другом [2] (см.рис.1).

¹ Демографический ежегодник Кыргызской республ. 2015-2023. Бишкек: Нацстатком Кыргызской Республ. (2023) – 201-210 с. <https://www.stat.kg/ru/publications/graficheskij-ezhegodnik-kyrgyzskoj-respubliki/>.

² Закон КР «Об образовании» КР в ред. от 11 августа 2023 года № 179, «Национальная стратегия развития КР на 2018-2040» (Указ Президента КР от 31.10. 2018 г., № 221).

³ Т.Л.Лепихина, Ю.В.Карпович, Факторы, определяющие психологическое здоровье: корреляционный анализ./

Т.Л.Лепихина, Ю.В.Карпович/ журнал «Национальные интересы: приоритеты и безопасность», Пермский Национальный исследовательский политехнический университет, 2015, стр. 31-40

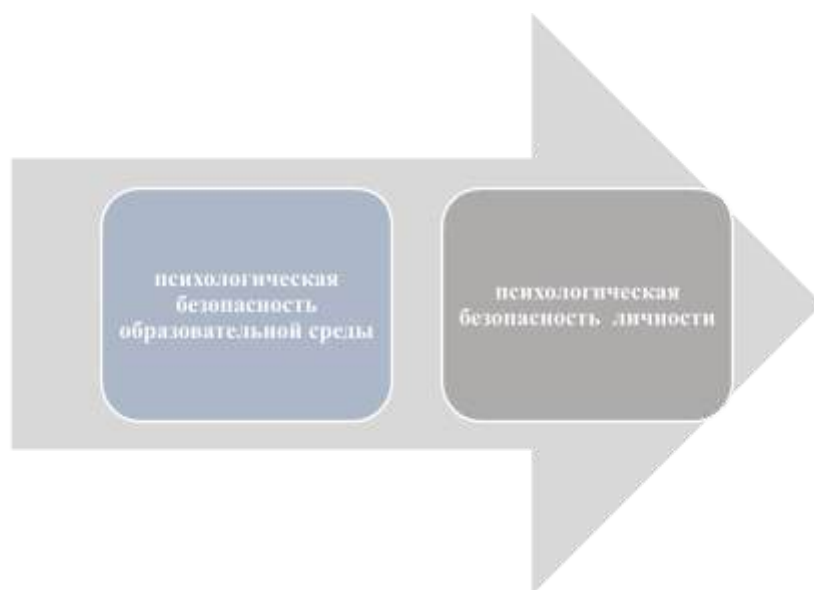


Рис.1: Психологическая безопасность в школе (составлено авторами)

Образовательная среда имеет прямое или косвенное воздействие на поведение человека, его здоровье и психику-Она способствует удовлетворению потребностей в личностно-доверительном общении и создает референтную значимость среды и обеспечивает психическое здоровье его участников (см.табл.1)

Таблица 1: Взаимосвязь психологической безопасности среды и безопасности личности (составлена авторами)

№	Психологическая безопасность среды, это:	Психологическая безопасность личности, это:
1.	- Состояние образовательной среды, свободное от проявлений насилия, гендерной дискриминации, стигмы и буллинга.	- Это определенная защищенность сознания от воздействий, способных против воли человека изменять его психическое состояние, защищенность от физического или насильственного посягательства.
2.	Среда настроенная на доверительном общении, на свободном обмене творческими идеями, свободном развитии, свободном выражении своих мыслей.	- Право человека на безопасность. Возможность и способность человека свободно формировать свои мысли, регулировать свое эмоциональное состояние, поведение вне зависимости от влияния окружающей среды.
3.	- Личностно-ориентированная образовательная среда, созданная по потребностям, направленная на адаптацию и реабилитацию.	-Право на защиту детей, имеющих трудности в физическом и психическом развитии или с ментальными особенностями (инклюзия)
4.	- Обстановка, которая не влияет негативно на статус, карьеру, самооценку, эмоции и обеспечивает чувство безопасности.	- Способность защитить себя и других, умение соблюдать правила личных границ, умение предвидеть опасность, умение избегать проблемы, при необходимости уметь действовать.
5.	- Обстановка, которая влияет на чувства принадлежности, востребованности, минимизации отрицательных переживаний.	- Личная безопасность - жизнь без психологического, эмоционального, физического вреда со стороны других.

6.	Условия среды, которые обеспечивают положительный человеческий фактор, фактор среды, фактор защищенности.	-Психологическая безопасность личности обеспечивается человеческим фактором, фактором среды, фактором защищенности.
7.	Фактор профилактики виктимного поведения в обществе.	-Коррекция виктимного поведения (склонность быть жертвой)

Исследователи выделяют в образовательной среде общества такие *виды безопасности*, как социальная, политическая, педагогическая, экономическая и юридическая, которые направлены обеспечить налаженную деятельность и благополучие социальной среды образовательного учреждения, но по определенным причинам этому на сегодня остается желать лучшего.

Не надо также забывать существование в образовательном коллективе современных отечественных школ угрозы психологической

уязвимости учащихся в гендерном плане, этническом, экономическом, информационном, духовном, религиозном плане, которые могут способствовать гендерной, этнической, религиозной, экономической дискриминации, негативному воздействию деструктивной информации Интернета на личность, что накладывают определенный отпечаток на психологическую устойчивость школьника. Эта сторона вопроса недостаточно изучена и требует к себе более глубокого подхода. (см.рис.2).



Рис. 2: Угрозы психологической незащищенности учащихся (составлен авторами).

На современном этапе в образовательной среде (школа) все еще существуют следующие факторы риска психологической безопасности, которые негативно влияют на школьника:

- Нагрузка учебного процесса;
- Педагогические подходы, провоцирующие стрессовые состояния у детей;
- Несоответствие методик и программ обучения возрастным и функциональным особенностям школьников;
- Непродуманная организация учебного процесса;
- Профессиональная неподготовленность педагога в вопросах охраны и укрепления

здоровья, квалифицированной психологической службы;

- Недостаток работы по формированию ценностей здоровья, здорового образа жизни, по профилактике вредных привычек, по гендерной дискриминации, по половому воспитанию, сексуальному просвещению;
- Взаимоотношения ученика (с одноклассниками, родителями, педагогами), эмоционально-психологический климат в коллективе учащихся [4]. Над этим следует поработать.

Система психологической защиты школьников предусматривает разнообразные мероприятия, проводимые в школе, во внешкольных учреждениях, работу с педагогами, с семьей и общественностью, которые способствуют снижению эмоциональной напряженности, предотвращению дезорганизации поведения, устойчивости психического состояния и эффективной адаптации школьников. По доводам ученых *психологическая безопасность образовательной среды* в социальном аспекте определена как состояние среды, свободное от психологического насилия, создающая обстановку личностно-доверительного общения и обеспечивающее психологическую защищенность её участников. Психологическое благополучие среды делает возможным хорошее усвоение учебного материала, способствует развитию психических и психологических свойств личности, адекватному отношению к проблемам, способствует его физическому и психическому здоровью, формированию *психологической устойчивости* личности к трудностям жизни[5]. Психологическая устойчивость личности в образовательной среде предполагает позитивное поведение человека, которое выражается в уважении к себе и другим (*ассертивность*) – это уверенность в себе, умение отстаивать свои интересы, защищать себя, не ущемляя при этом интересы окружающих. [6].

Именно психологическая служба в образовательной среде, как путеводитель, как посредник, призвана сопровождать учащегося к психологической устойчивости характера, прививать навыки преодоления трудностей. Отсюда приоритетность психологической службы в образовательной среде, а именно значимость школьного психолога на современном этапе неоспорима. Устойчивое развитие участников образовательного процесса (ученик, педагог, родитель) требует постоянного психолого-педагогического сопровождения образовательного процесса с целью своевременного выявления рисков и угроз. «Сопровождение в образовательном

процессе – создание социально-психологических и педагогических условий для развития личности обучающегося и его успешного обучения с учетом образовательных потребностей и индивидуальных возможностей» [1].

III. РЕЗУЛЬТАТЫ

Следует отметить, что педагог-психолог — это специалист, который ведет работу не только с детьми, но и с учителями и родителями, он изучает эмоциональное состояние учеников, корректирует их поведение, содействует в устранении проблем личностного характера, адаптации в коллективе, способствует улучшению психологического климата в классе, проводит разъяснительную работу с родителями и педагогами, разрешает ситуации, с которыми не справляются полиция, родители, педагоги. Он обеспечивает психологическое сопровождение детей с нарушением интеллекта, детей с ОВЗ, детей с девиантным поведением, способствует созданию социально-психологических условий для результативного обучения, развития и социализации детей в общество.

Результаты исследования показали, что в процессе своей деятельности педагог-психолог должен принимать во внимание:

- возрастные и эмоциональные особенности школьников;
- проблемы педагогического коллектива;
- профилактику психологических причин прогулов и неуспеваемости учащихся;
- предотвращение и разрешение конфликтных ситуаций педагогов;
- дезадаптацию учащихся в школе;
- коррекцию задержек психического развития;
- причины девиационного поведения и др.

Отсюда следует необходимость использовать в своей деятельности профилактическую работу, индивидуальное и групповое консультирование, диагностику, проведение коррекционных занятий, тренингов. Оказывать помощь как школьникам, так и

родителям и педагогам. А это требует: высокого мастерства и опыта школьного психолога, улучшения учебных программ, методик и технологий, внимания общества к решению проблем психологической службы в образовательной среде, совершенствования системы подготовки и переподготовки психолого-педагогических кадров.

IV. ОБСУЖДЕНИЕ

Анализ ситуации показал неисследованность данной проблемы в обществе. На сегодня современные образовательные учреждения Кыргызстана, требующие реформирования, имеют риски, связанные с созданием и поддержанием психологической безопасности образовательной среды. Незнание данной проблемы, недостаток квалифицированных школьных психологов, отсутствие совершенствованных программ, учебников, методических пособий на родном языке, накладывают свой отпечаток на результативности психологической службы в образовательной среде национальных школ, что ощутимо влияет на качество человеческого капитала общества и процветание государства в целом. «Общеобразовательные программы должны быть направлены на формирование общей культуры и адаптацию личности к жизни в обществе, создание основы для осознанного выбора и освоения профессиональных образовательных программ» [1].

V. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Следует сделать выводы, что воспитательная система образовательного учреждения должна быть устойчива, надежна, стабильна в достижении успешной социализации школьников в современном обществе и обеспечении психологической защищенности личности. Формировать в личности способность защитить себя и других, умение соблюдать правила личных границ, умение предвидеть опасность, умение избегать проблемы, при необходимости уметь действовать. Развитие потенциала специалистов соответствующих служб и

грамотно поставленное психолого-педагогическое сопровождение образовательного процесса поможет полноценному развитию личности в современной образовательной среде [3]. Необходимо отметить значимость слаженной работы социальных институтов (государство, образование, здравоохранение, молодежь, социальная работа и др.) в подготовке профессиональных кадров, изучении проблем психологической незащищенности детей в школе, в развитии психологической службы, совершенствовании учебных программ, учебников, методических приемов работы в образовательной среде.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Закон «Об образовании» Кыргызской Республики в ред. от 11 августа 2023 года № 179 https://online.zakon.kz/document/?doc_id=30283191(дата обращения 12.01.2023 г.)
2. Баева И.А. Психологическая безопасность в образовании. /И.А Баева/ - М.: Союз, 2002.
3. Васильева Н.Л. .Психоаналитический подход в системе психологического сопровождения развития детей и подростков, Автореферат диссертации по специальности 19.00.07- педагогическая психология, Санкт-Петербург – 2007.
4. Журавлев А.Л. Психология человека в современном мире. Духовно-нравственное становление человека в современном российском обществе. Проблема индивидуальности в трудах отечественных психологов/А.Л.Журавлев, М. И. Воловикова, Т.А. Ребеко. (Материалы конференции, посвященной 120-летию со дня рождения С.Л. Рубинштейна, 15–16 октября 2009 г.) – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009. – 412 с.
5. Крупник Е.П., Кисельникова Н. В., Психологическая устойчивость личности в трудных жизненных ситуациях/Е.П. Крупник, Н. В.Кисельникова// Издательство: "НОУ ВПО Московский психолого-социальный университет" (2014).
6. <https://academic.ru/>:Словарина Академике.

This page is intentionally left blank



Scan to know paper details and
author's profile

Gestures of the Spirit: Criticisme or Creation

Inês Oseki-Dépré

INTRODUCTION

Our reflection is based on Mallarmé's Throw of Dice (Un Coup de dés, 1897) 1 considered as an inaugural gesture that is at the origin of several developments later artistic or poetic works. She tries to understand the consequences of this gesture of non-exhaustive, but constellar way, as a paradigmatic reference of manifestations artistic forms that we consider representative, such as Brazilian concrete poetry and its subsequent developments. In France we privilege the heritage of gesture not in poetry, but in the plastic arts through the example of Marcel Duchamp. We will try, from of these two artists, show that the gesture is at the same time a figure of criticism and corresponds to a "vital trait".

Keywords: NA

Classification: LCC Code: NX165

Language: English



Great Britain
Journals Press

LJP Copyright ID: 573325

Print ISSN: 2515-5784

Online ISSN: 2515-5792

London Journal of Research in Humanities & Social Science

Volume 24 | Issue 11 | Compilation 1.0



Gestures of the Spirit: Criticisme or Creation

Gestos do Espírito: Crítica ou Criação?

Inês Oseki-Dépré

I. INTRODUCTION

Nossa reflexão parte do *Lance de dados* de Mallarmé (*Un Coup de dés*, 1897) considerado como um gesto inaugural que se situa à origem de vários desenvolvimentos artísticos ou poéticos posteriores. Ela tenta apreender as consequências desse gesto de maneira não exaustiva, mas constelar, como referência paradigmática de manifestações artísticas que consideramos representativas como a poesia concreta brasileira e seus desenvolvimentos ulteriores. Na França privilegiamos a herança do gesto não na poesia, mas nas artes plásticas através do exemplo de Marcel Duchamp. Tentaremos, a partir desses dois artistas, mostrar que o gesto é ao mesmo tempo uma figura da crítica e corresponde a um “traço vital”.

Os limites do presente trabalho não permitem, por outro lado, o tratamento da poesia performativa que tem ocupado a cena artística atual e através da qual o poeta utiliza o corpo e a voz para exprimir, de maneira efêmera, o gesto poético¹. Manifestação do extremo contemporâneo, a questão exigiria um desenvolvimento à parte, mais amplo.

Com efeito, segundo Thierry Roger, especialista de Mallarmé, “a palavra gesto é uma palavra da época” e convoca uma publicação intensiva de obras provenientes de horizontes de várias disciplinas (Roger, 2015, p. 1). Yves Citton chega a dizer que é uma palavra “que permite diagnosticar nosso presente”². Se, por um lado, o gesto se atrofia segundo o poeta Christian Prigent (2004, p. 29), para quem “*le corps s’en va*” (“o corpo desaparece”, em *L’incontenable*), por outro,

haveria, através do gesto, uma estetização de nossos modos de vida. O que dizer então da gestualidade poética moderna?

Thierry Roger prossegue: se o gesto se opõe à palavra vazia e inautêntica, o poético se confunde com o gestual. Aqui, ele convoca Agamben para quem, além disso, o gesto seria “o avesso da mercadoria”, a resistência à reificação.

Ora, em seu famoso artigo “Notas sobre o gesto” (2008), Giorgio Agamben estabelece um primeiro paralelo entre escrita e gesto para afirmar imediatamente a superioridade da descrição clínica de Gilles de La Tourette³ da caminhada (*la marche*) sobre aquela, proposta meio século antes por Honoré de Balzac, de sua *Teoria da caminhada* (*Théorie de la démarche*).

De fato, para o romancista francês, a caminhada é a “expressão de um caráter moral”, ela designa a personalidade do caminhante, ao passo que o estudo do doutor La Tourette é completamente descritivo e prefigura o cinema: os passos são descritos um a um do ponto de vista motor.

Essas tentativas científicas de descrição e deciframento dos gestos, contudo, acabam por não serem úteis na medida em que os gestos desaparecem (principalmente os descritos por La Tourette), como testemunha, segundo Agamben, o *Assim falava Zaratustra*, em que a humanidade perdeu seus gestos e como testemunham igualmente as tentativas de recuperação de uma linguagem corporal na dança ou no romance (com Proust). Warburg, com seu atlas *Mnemosyne*, reúne imagens que remetem a gestos imobilizados em imagens fixas⁴ e seu

¹ A performance se deixa filmar, seu roteiro é inscrito *a priori*. A atuação permanece efêmera.

² Cité par Thierry Roger, *Les Gestes du poème*, publicação numérica do CÉRÉdl, Actes de colóque, n. 17, 2016, p. 1.

³ In *Études cliniques et physiologiques de la marche*, citado por Agamben.

⁴ Aby Warburg, historiador da arte e autor de um index de 63 imagens reunidas entre 1924 e 1929, *Atlas Mnemosyne*.

intento é o de “recuperar *in extremis* os gestos perdidos” (Agamben, 2002, p. 63).

A respeito da dança, Agamben (1992, p. 9) a distingue do gesto tendo em vista uma finalidade, como andar (para se chegar em algum lugar), ao passo que a primeira “tem em si mesmo o seu fim” (dimensão estética). A dança, prossegue, suporta e exhibe o “caráter medial dos movimentos corporais”. Nesse sentido, “o gesto é a exibição de uma medialidade, o tornar visível um meio como tal” e, desse modo, “faz aparecer o ser-num-meio do homem”, abrindo para ele “a dimensão ética”.

Agamben convoca aqui o Mallarmé da mímica (Agamben, 2002, p. 63), na qual “os gestos dirigidos aos fins mais familiares são exibidos como tais, e, por isso, mantidos suspensos *entre le désir et l’accomplissement, la perpétration et son souvenir*” (entre o desejo e a realização, a perpetração e sua lembrança), num “*milieu pur*” (num meio puro).

O problema se coloca sobre a questão da voz, saber se gesto e voz se combinam ou se excluem. Julia Kristeva (1968) recusa essa assimilação na medida em que, para ela, a voz se confunde com a racionalidade do Logos. Essa dicotomia parece perdurar, entre o materialismo do gesto e o idealismo da voz, salvo a considerar o gesto como um acontecimento da linguagem. Para evocar a poesia sonora, performativa, onde gesto e voz são combinados, Thierry Roger, citando Meschonnic, evoca o “efeito Dada” ou o “efeito Artaud” e a modernidade. Haveria traços de “carne” no poema, “traços da mão, da boca, mas também, além disso, os traços dos pulmões, das pernas, dos braços, dos pés, da pele, da laringe, os traços da ‘medula’, dos músculos, dos nervos?” (Roger, 2015, p. 2). Como não pensar em Christian Prigent e sua leitura de *Uma frase para minha mãe*, ou em Christophe Tarkos quando expira no microfone (“Je gonfle”⁵)? Nesse caso, poderíamos considerar que a voz é gesto? Seria, segundo Thierry Roger, o “efeito Celan” sobre a modernidade: invenção de si, “movimento de depersonalização-repersonalização”.

⁵ Performance de Christophe Tarkos (“Encho”) na qual ele assopra no microfone e simula seu inchamento.

No caso de Mallarmé, veremos que a questão é mais complexa. No texto “Mímica” (Mallarmé, 1945, p. 310), citado por Agamben, Mallarmé compara o silêncio (“único luxo após as rimas”), equivalente a uma ode calada que o poeta deve “traduzir”, e o silêncio em torno do mímico (Paul Margueritte). Mesmo se os gestos do mímico tendem a uma finalidade, a de representar o assassino da mulher, o meio que o ator utiliza, ou seja, a alusão, remete a gestualidade à ficção entre dança e representação, onde o silêncio se compara ao silêncio de uma leitura.

Aqui, contudo, se o gesto também comunica, ele deixa de ser gesto? Pois este último, segundo o filósofo: é “comunicação de uma comunicabilidade. Ele não tem propriamente nada a dizer, porque aquilo que mostra é o ser-na-linguagem do homem como pura medialidade” (Agamben, 2008, p. 13).

A posição de Mallarmé é paradoxal. Em *Crise de verso* (Mallarmé, 1945, p. 360), ele opõe o gesto estéril à poesia: “pegar ou colocar na mão de alguém em silêncio uma peça de moeda” é um gesto bruto. Mas o outro “efeito Mallarmé”, oposto, decorreria do *Lance de dados*.

Thierry Roger cita aqui as palavras de Jean Tardieu, no volume *A escrita como gesto* (“*Sentiers de la création*”) no qual este último manifesta sua fascinação pelo *Lance de dados*:

Enfim, quando descobri o admirável Mallarmé do *Lance de dados*, adorei essa arquitetura tipográfica na qual a proporção dos signos se substitui ao ritmo sonoro, na qual quer o isolamento das palavras, quer seu agrupamento produz no espírito o efeito de uma tempestade, distante [...]. Nesse imenso poema, tudo são gestos do espírito. (Tardieu, 1974, p. 62, *apud* Roger, 2015, p.5)⁶

⁶ No original: “Enfin, quand j’ai connu l’admirable Mallarmé du *Coup de dés*, j’ai révééré cette architecture typographique où la proportion des signes se substitue au rythme sonore, où tantôt l’isolement des mots, tantôt leur regroupement produit sur l’intelligence l’effet d’un orage, lointain [...]. Dans cet immense poème, tout est *gestes de l’esprit*”. Quando não houver referência a edições em língua portuguesa dos textos citados, a tradução é nossa.

Mallarmé já usa a expressão “gestos do espírito” para comentar seu poema. E o *Lance de Dados* foi esse gesto que revolucionou a poesia francesa e mundial, abrindo caminhos na poesia visual, na poesia partitura, na poesia cênica, como veremos mais adiante. Esse texto de 11 páginas duplas, soltas, é composto de versos livres em caracteres de impressão diferentes, os “*didones*” (de Didot), indo das maiúsculas às minúsculas, dos negritos aos itálicos, sobre fundo branco. Thierry Roger (2009) o considera como um texto-tipo, um *typotexte*, primeiro do gênero, que permitirá o desenvolvimento ulterior de pesquisas tipográficas (Sterne ou Nodier) ou poéticas (Reverdy) sem esquecer sua dimensão musical (partitura) ou pictural (estampa). Nesse caso, podemos desde já afirmar uma convergência com os últimos trabalhos de Marcel Duchamp, ou seja, o “Nu descendo as escadas” ou, principalmente, “A noiva e seus solteiros”, este, incontestavelmente único em seu gênero, como veremos mais adiante.

Com efeito, se Mallarmé instaura seu texto entre o poema em prosa e o verso livre, ele evoca outras direções tais como a sinfonia, o desenho, a estampa, o cartaz, eventualmente a dança. Em outros termos, trata-se de uma forma híbrida. E como lembra Jauss em *Pour une esthétique de la réception* (1978) segundo Thierry Roger (2009, p. 446), o poema vai se situar em recontextualizações sucessivas, mas também em recepções ulteriores. Assim, prossegue o crítico, trata-se de um “instrumento espiritual”, um “protótipo de um novo cânone”, uma forma destinada a se tornar “oficial”, criada em torno de um triplo paradigma: filosófico, pictural e musical. Ele pertence ao domínio literário, ele é transformável e pode ser tido como um “objeto” a ser exposto numa galeria, num museu ou lido em voz alta para um público.

Já tivemos a ocasião de evocar a recepção totalmente negativa do *Lance de Dados* no momento de sua publicação pela revista *Cosmopolis* em 1897 (Oseki-Dépré, 2022, p. 105-133). Sua recuperação se deu graças à leitura de Paul Valéry que foi o primeiro entre tantos outros autores a comentar a obra de maneira

positiva e a insistir sobre o aspecto absolutamente inovador e revolucionário do poema⁷.

Para Valéry, “essa construção extra lúcida foi meditada com a preocupação de uma perfeição absoluta inseparável da obtenção de sua dimensão visível”⁸. Ele indica a dupla direção do poema, a do desenho e a da partitura, ou seja, uma estética da página que acrescenta à sucessividade da leitura linear a simultaneidade de uma leitura tabular. O *Lance de dados* desinventa a superfície ao mesmo tempo que cria uma poesia do Plano, transformando a página num céu estrelado.

II. O MESMO THIERRY ROGER CONCLUI

Prosseguindo essa leitura valeriana, o poema de *Cosmopolis*, triplamente reflexivo, seria não somente meta-literário (desvelando o sistema da literatura), e meta-linguístico (desvelando as propriedades da linguagem), mas também e sobretudo, meta-mallarmeano (desvelando uma poética verdadeiramente “desnudada” (*mise à nu*). (Roger, 2010, p. 269).

Ora, Thierry Roger não destaca aqui⁹ a qualidade mais relevante do poema, identificada por Valéry, ou seja, o aspecto nitidamente espacial do *Lance*, que será fundamental para a posteridade, principalmente para os poetas brasileiros, como já assinalamos, criadores de um movimento de vanguarda em 1950, a poesia concreta.

Segundo Jacques Scherer, citado por Haroldo de Campos (1969, p. 17), reiterando a ideia de um meio sem finalidade: “O Livro engendra seu conteúdo pois, construído sobre uma confrontação de páginas, não pode, se quer abolir todo acaso, falar senão de si mesmo e confrontar seres que terá criado na ordem da necessidade”. Em outros termos, acrescenta Haroldo, para

⁷ Para Thierry Roger, por outro lado, o livro de Michel Murat, *Le Coup de dés de Mallarmé, un recommencement de la poésie*, (2005), é o primeiro a fornecer uma descrição formal precisa do poema.

⁸ Paul Valéry, *Œuvres*, t. 1, p. 624-627, citado por Thierry Roger in *L'Archive du coup de dés*, Garnier, julho 2010, p. 269

⁹ Thierry Roger consagra, por outro lado, grande parte de seu artigo “Sur le genre du *Coup de dés*” (2009), ao aspecto espacial e visual do *Lance*..

Scherer “o Livro de Mallarmé refoge completamente à ideia usual de livro e incorpora a permutação e o movimento como agentes estruturais” (1969, p. 18); trata-se de um multilivro possibilitando milhares de leituras a partir da combinação de seus elementos de base.

No livro *Mallarmé* (1975), organizado por Haroldo de Campos, Augusto de Campos e Décio Pignatari, Augusto de Campos compara o processo de organização poética do poema ao valor musical da “série”, descoberta por Schoenberg, “purificada por Webern, e através da filtragem desse último, transmitida aos jovens compositores eletrônicos, para presidir aos universos sonoros de um Boulez ou de um Stockhausen” (Campos, Augusto de, 1975, p. 177-178). É nesse sentido, diz o poeta, que deve se entender a expressão mallarmeana de “subdivisões prismáticas da ideia”. Que Augusto de Campos insista no aspecto sonoro de seus poemas visuais, como em “Lygia finge” ou na isomorfia formal, como em sua homenagem à Gertrude Stein (Campos, Augusto de, 1989, capa), “*a rose is a rose*”, seus poemas em diversas cores remetem da mesma maneira a instrumentos visuais, à maneira de um Weber criando, assim, poemas orquestrais ou “sinfônicos”, em referência a Mallarmé. Thierry Roger (2009, p. 57) observa que o poema mallarmeano apresenta “séries tipográficas distintas, articuladas entre elas segundo uma lógica sintática em expansão”.

Da música à partitura se chega ao programa de escrita visual, de tipografia funcional, como exigia Mallarmé em seu prefácio: emprego de caracteres de impressão diversos para o motivo principal e para os motivos secundários; posição das linhas na página que indicará o modo de entonação; os brancos, disseminados, cuja função é a de dispersar ou de surpreender; o uso especial da página, dupla que permite a leitura simples ou dupla, segundo a escolha de uma página ou de duas¹⁰.

Dos poetas concretistas, Augusto de Campos é o mais exclusivamente “visual” dentre eles, apesar

de Décio Pignatari ter consagrado uma grande parte de seus trabalhos à poesia espacial, e especialmente à produção de um conjunto hipertextual mallarmeano importante.

As referências de Augusto de Campos ao poeta francês são por vezes explícitas, como na “intraduction readymallarmade” (2009), na qual a frase de Mallarmé “*des contemporains ne savent pas lire*” (“contemporâneos não sabem ler”) aparece numa disposição triangular, a ponta do triângulo virada para baixo. Note-se a importância da palavra-valise do título, na qual *ready made* (Duchamp) e *mallarm(ade)* formam um único vocábulo. Outro detalhe interessante do poema: as letras, de caracteres diferentes, evoluem de maneira decrescente (da maior à menor, como num quadro de oftalmologista, de tal forma que a mensagem principal “*ne savent pas lire*” aparece em caracteres minúsculos quase invisíveis, impossibilitando a decifragem pelo leitor, remetido aos “con” da primeira linha (os idiotas)...

¹⁰ Há de certa forma uma analogia com a descrição da “Noiva”, de Marcel Duchamp, organizada sobre dois vidros sobrepostos, como veremos mais adiante.

DES CON TEM POR AIN SNE SAV ENT PAS LIR E

introduction readymallarmade : des contemporains

20

O parentesco entre o *Lance de Dados* e a poesia concreta é afirmado mais uma vez por Décio Pignatari que lembra o aspecto espaciotemporal do poema mallarmeano cuja realização necessita o branco da página, palavras de diferentes tamanhos e caracteres, constituindo uma partitura. Chamando o poema de poema-código e semiótico, ele reitera o aspecto inovador original do *Lance* que “inaugura a interface poética com outros meios de expressão, característica de uma grande parte da produção artística contemporânea como o cinema e o teatro” (Pignatari, 1965, p. 61).

A homenagem de Pignatari ao poema se manifesta na série “*Stèle pour vivre*” (Pignatari, 1950-1955, p. 175), e “Mallarmé, Vietcong” (Pignatari, 1960, p. 191)¹¹, longo poema visual hipertextual não somente em relação ao *Lance*, mas a outros sonetos de Mallarmé, “*le vierge, le*

vivace et le bel aujourd’hui”, 1887 (1945, p. 67); “*ses purs ongles très haut*”, 1887 (1945, p. 68).

E em resposta ao *Lance*, Pignatari acrescenta: “Rigorosamente falando, uma arte condicionada por (novos) princípios abre (novas) possibilidades e probabilidades, que configuram o campo do Acaso, onde tem lugar e tempo a criação, mediante permuta dialética entre o racional e o intuitivo”¹² (Invenção, 1965, p. 147).

Mas é a Haroldo de Campos, co-criador do grupo *Noigandres*, e grande teórico do movimento concretista, que se deve a maior parte dos textos que os afiliam explicitamente ao *Lance de Dados*. Já na “Obra de arte aberta” (*Diário de São Paulo*, 3-7-1955), ele salienta a importância da “crise de verso” proposta por Mallarmé:

A concepção de estrutura pluridivida ou capilarizada que caracteriza o poema-constelação mallarmeano, liquidando a noção de

¹¹ Ver Inês Oseki-Dépré, “Mallarmé en transit ou les subdivisions prismatiques de l’Idée” (2022).

¹² Essa observação de Pignatari conforta o que diz Mallarmé sobre o Acaso (ver mais adiante).

desenvolvimento linear seccionado em princípio-meio-fim, em prol de uma organização circular da matéria poética, torna perempta toda relojoaria rítmica que se apoie sobre a “*rule of thumb*” do hábito metrificante. (Campos, Haroldo de, 1955, p. 28-29).

Mallarmé liberta assim o verso e põe em evidência o branco (o silêncio). E, ao mesmo tempo, “pratica a redução fenomenológica do objeto poético”. Prossegue: “O *eidós* – ‘Um Lance de dados jamais abolirá o acaso’ – é atingido através da elipse dos temas periféricos à ‘coisa em si’ do poema” (Campos, Haroldo de, 1955, p. 29).

No artigo “Evolução de formas: poesia concreta”, ele reitera: “Mallarmé propõe a organização do espaço gráfico como campo de força natural do poema” o que faz de seu poema a matriz da poesia concreta: “A obra máxima de Mallarmé – *Um Lance de Dados* – (que) é sua matriz” (Campos, Haroldo de, 1975 p. 51).

Haroldo de Campos não se limita à análise e à tradução do poema enquanto forma originária (em seus componentes, função, etc.). Tal como Augusto de Campos, ele estabelece relações entre o poema e outras artes, seja a música (Weber, Stockhausen, Boulez), seja a literatura, as artes gráficas e visuais (Waldemar Cordeiro, 1963), a escultura (Lygia Clark, *Os Bichos*, 1963), para citar os brasileiros. Em todas elas, o acaso é um elemento primordial. Ou como diz Umberto Eco, que ele cita:

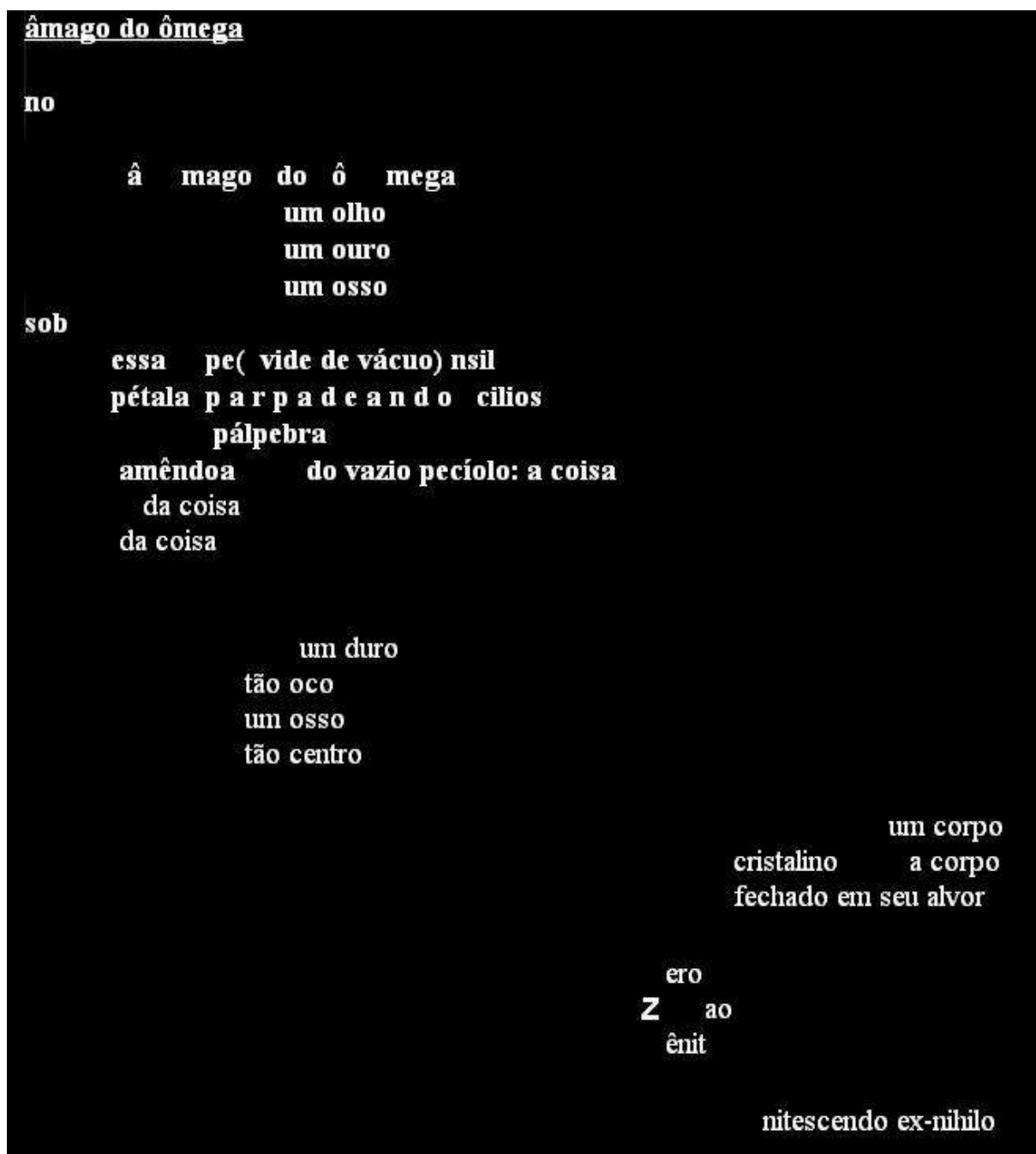
Não será, pois, impossível programar, com a pureza linear de um programa matemático, *campos de acontecimentos*, nos quais se possam verificar processos casuais. Teremos assim uma dialética singular entre acaso e programa, entre matemática e aleatório, entre concepção planificada e aceitação livre daquilo que sucederá, mas sucederá segundo precisas linhas formativas predispostas, que não negam a espontaneidade, mas que lhe põem limites e direções possíveis. (Campos, Haroldo de, 1963, p. 26, grifo nosso).

Haroldo de Campos é, igualmente, o autor de vários poemas-constelações dos quais merece

destaque “O âmago do ômega”¹³, poema em caracteres brancos sobre fundo negro que remetem às estrelas na noite¹⁴.

¹³ Poema exposto no Banco Itaú, SP, 17/02/2011.

¹⁴ O paradigma verbi-voco-visual decorrente prosseguiu até hoje, como já tivemos a ocasião de mostrá-lo. Dos concretistas, ele passou por Arnaldo Antunes, André Vallias, Antônio Moura (Oseki-Dépré, 2022, p. 71-96).



Se a relação entre o *Lance de dados* e a poesia concreta e pós- não é mais discutível hoje, seria interessante aqui evocar uma relação entre o autor do *Lance* e um grande artista plástico francês, que, ao nosso ver, se aproxima do poeta. Trata-se de Marcel Duchamp (1887-1968), autor de várias obras precursoras da arte moderna e contemporânea. Tentaremos sugerir algumas pistas que permitam sustentar tal paralelo.

A razão dessa escolha se justifica em primeiro lugar pelo mesmo tipo de *impacto* que essas obras exerceram sobre a posteridade enquanto obras únicas, inimitáveis, insuperadas até hoje,

mas sujeitas a um questionamento constante. Como se não bastasse, apesar da distância temporal que os separa, existe entre os dois artistas uma afinidade, uma proximidade não só em cada percurso, mas igualmente em relação ao respectivo horizonte de espera: ambos inovadores, profundos conhecedores do próprio *métier*, críticos em relação à arte praticada e à Arte em geral.

Sobre esse primeiro ponto, podemos citar um trecho de uma carta de Mallarmé endereçada a André Gide (22/11/1913), onde o poeta fornece algumas explicações sobre a concepção do *Lance*

de dados. Mallarmé é consciente de provocar um efeito:

O poema se imprime no momento atual, tal como eu concebi quanto à paginação, onde tudo é efeito. Tal palavra em letras grandes exige somente para ele uma página inteira em branco, e penso estar seguro do efeito... A constelação lhe atribuirá, segundo leis exatas, e na medida do possível para um texto impresso, fatalmente uma aparência de constelação. A nave se inclina, do alto de uma página até a parte inferior da outra, etc.; e aí está o (meu) ponto de vista [...], o ritmo de uma frase a propósito de um ato, ou mesmo de um objeto, só tem sentido quando o imita, e figurado (representado) no papel, retomado pela letra na estampa original, pode produzir, apesar dos pesares, alguma coisa. (Mallarmé, 1995, p. 1582 ou 631-632)¹⁵

Quanto a Marcel Duchamp, toda a sua obra sempre foi alvo de reações, críticas, elogios sem que ele se manifestasse quanto as suas intenções. Suas palavras evocam seus trabalhos em termos técnicos, plásticos, e revelam sobretudo uma grande distância em relação a si próprio, sua vida pessoal ou sua obra, salvo quando evoca seu apreço pelo jogo de xadrez, que ele opõe às artes plásticas. Sobre esse assunto, Duchamp é capaz de falar com ênfase e uma certa paixão:

Uma partida de xadrez é uma coisa visual e plástica, e se não é geométrica no sentido estático da palavra, é uma mecânica visto que se move; é um desenho, é uma realidade mecânica. As peças não são bonitas em si nem a forma do jogo, mas o que é bonito – se a palavra “bonito” pode ser usada – é o movimento. Portanto, é uma mecânica, no sentido, por exemplo de um Calder.

¹⁵ No original: “Le poème s’imprime, en ce moment, tel que je l’ai conçu quant à la pagination, où est tout l’effet. Tel mot en gros caractères à lui seul demande toute une page de blanc, et je crois être sûr de l’effet... La constellation y affectera, d’après des lois exactes, et autant qu’il est permis à un texte imprimé, fatalement une allure de constellation. Le vaisseau y donne de la bande, du haut d’une page au bas de l’autre, etc.; car, et là tout le point de vue [...], le rythme d’une phrase au sujet d’un acte, ou même d’un objet, n’a de sens que s’il les imite, et figure sur le papier, repris par la lettre à l’estampe originelle, n’en sait rendre, malgré tout, quelque chose” (grifo nosso).

Há certamente no jogo de xadrez coisas extremamente belas no domínio do movimento, mas absolutamente não no domínio visual. É a imaginação do movimento ou do gesto que produz a beleza nesse caso preciso. É inteiramente na massa cinzenta.¹⁶ (Duchamp, 2014-2018, p. 12).

Quanto à sua obra plástica, se Duchamp é loquaz quando descreve seus procedimentos, suas escolhas de tal ou tal material, nada é dito do ponto de visto estético (quanto aos seus objetivos), senão a ideia de um *questionamento da arte*. Ora, como nada é mais árduo do que estabelecer um paralelo entre ideias ou gestos do espírito e gestos plásticos, seguiremos num primeiro tempo os passos de Octavio Paz, autor de um belo livro consagrado à hermenêutica duchampiana: *O Castelo da Pureza* e que, melhor do que ninguém, conseguiu não “explicar”, segundo suas próprias palavras, mas “descrever” o processo criativo do artista à luz do poema mallarmeano. Ao mesmo tempo, tentaremos definir traços mais específicos, que possam ilustrar a hipertextualização mallarmeana na obra de Marcel Duchamp, para, *in fine*, aprofundar as concordâncias do ponto de vista da criação literária e plástica.

É verdade que a trajetória dos dois artistas tem pontos em comum, seja na multiplicidade de atividades exercidas (Mallarmé crítico de arte, poeta, professor de inglês, cronista de moda;

¹⁶ No original: “Une partie d’échecs est une chose visuelle et plastique, et si ce n’est pas géométrique dans le sens statique du mot, c’est une mécanique puisque cela bouge; c’est un dessin, c’est une réalité mécanique. Les pièces ne sont pas jolies par elles-mêmes pas plus que la forme du jeu, mais ce qui est joli – si le mot “joli” peut être employé –, c’est le mouvement. Donc, c’est bien une mécanique, dans le sens, par exemple, d’un Calder. Il y a certainement dans le jeu d’échecs des choses extrêmement belles dans le domaine du mouvement, mais pas du tout dans le domaine visuel. C’est l’imagination du mouvement ou du geste qui fait la Beauté, dans ce cas-là. C’est complètement dans la matière grise”. Duchamp realizou vários quadros sobre o motivo do jogo de xadrez (*La Partie d’échecs*, 1910; *Portrait de joueurs d’échecs*, 1911; *Le Roi et la reine entourés de nus vites* (1912) e foi consagrado Mestre da Federação francesa de xadrez em 1925.

Duchamp jogador de xadrez, grafista, bibliotecário), seja no seu profundo conhecimento dos movimentos artísticos, em literatura ou nas artes plásticas. O que reúne realmente os dois artistas, contudo, é a base do projeto criativo de cada um, ou seja, segundo Paz, a *Ideia*.

Já em 1911, Duchamp declara que dentre os escritores, o único que ele lê é Mallarmé (Gervais, 1989, p. 78), por quem nutre uma grande admiração. Mais tarde, numa declaração de 1946, ele chega a dizer: “Mallarmé era um grande personagem. Eis a direção que deve tomar a arte: a expressão intelectual, mais do que a expressão animal”¹⁷ (Duchamp, 1994, p. 174).

Octavio Paz (1977, p. 11) confirma esse fascínio do artista pela linguagem, de ordem intelectual, que Duchamp considera “como o instrumento mais perfeito para produzir significados e, também, para destruí-los”¹⁸. A figura que Duchamp prefere é a “meta-ironia”, que se traduz em sua obra pela alusão (ou hipertexto) e pela negação, presentes igualmente em Mallarmé.

Paz nota que desde suas primeiras obras (“Retrato ou Dulcinéia”, “Moinho de café”) os títulos constituem um elemento essencial à pintura, manifestando assim a inclinação do pintor pelas ideias, contra uma arte manual e visual. Ele nota ainda o paralelo entre o *Nu descendo uma escada*¹⁹ e *Igitur*²⁰ de Mallarmé. “Em ambos os casos há uma ruptura e uma descida a uma zona de silêncio. Nela o espírito solitário se defrontará com o absoluto e sua máscara: o acaso” (Paz, 1977, p. 11). Com efeito, no “Argumento” de *Igitur*, podemos citar: “Meia noite soa – a Meia noite na qual devem ser lançados os dados. Igitur desce as escadas, do espírito humano, ele vai até o fundo das coisas:

enquanto ‘absoluto’ que é”²¹ (Mallarmé, 1945, p. 434), razão que leva o crítico mexicano a apontar a diferença entre Duchamp e o futurismo ao qual ele é frequentemente assimilado: “O futurismo está cativo da sensação; Duchamp da ideia” (Paz, 1977, p. 12). Acrescenta: “O objeto (do *Nu*) é uma metáfora, uma representação de Duchamp: sua reflexão sobre o objeto é também uma meditação sobre si mesma” (Paz, 1977, p. 13). Ambas são obras baseadas em Ideias e comportam a marca da auto reflexividade. Poderíamos acrescentar, na medida em que as obras do artista são constituídas de relações, de figuras, de proporções, que elas declinam de certa maneira as “subdivisões prismáticas” da Ideia. Segundo Paz (1977, p. 15), são “máquinas de símbolos”, como é o caso dos *ready-made*.

Por outro lado, o crítico belga André Gervais (1989, p. 77-88) sugere vários intertextos nas obras de Duchamp e de Mallarmé. Assim, segundo ele, o *ready-made* “*La pelle*” (“A pá”, 1915) pode ser posta em relação ao soneto “*Le vierge, le vivace et le bel aujourd’hui*” (Mallarmé, 1945, p. 67) em referência ao cisne cuja plumagem é prisioneira do solo gelado²². Ele estabelece relações entre *A Noiva*, inspirada pelas “*fêtes foraines*”²³ e a “*Déclaration foraine*” de Mallarmé (*Divagations*, 1897). Ele compara os fios que caem de modo aleatório no quadro da Noiva à “cabeleira voo de uma chama ao extremo/Ocidente de desejos para a inteira desvelar”²⁴ (Mallarmé, 1945, p. 282). Do mesmo modo, ele vê uma alusão entre o aforismo duchampiano “*Orchidée fixe*” (1914) e o soneto em -x de Mallarmé (em francês -iks).

Paz considera que em relação aos *ready-made* como *Roda de bicicleta* (1913); *Pente* (1916); *Um ruído secreto* (1916); *Fonte (Urinol)*, 1917); *Why Not Sneeze Rose Sélavy* (1921) assim como aos

¹⁷ Declaração feita em inglês a James Johnson Sweeney em 1946 (ver também Duchamp, *Ingénieur du temps perdu* (1998).

¹⁸ Paz, 1977, p. 11: “Seu fascínio diante da linguagem é de ordem intelectual: é o instrumento mais perfeito para produzir significados e, também, para destruí-los”.

¹⁹ Quadro de Duchamp de 1912.

²⁰ Stéphane Mallarmé, 1945, p. 436 : “Il quitte la chambre et se perd dans les escaliers”.

²¹ No original: “Minuit sonne – le Minuit où doivent être jetés les dés. Igitur descend les escaliers, de l’esprit humain, va au fond des choses: en ‘absolu’ qu’il est”.

²² O título original desse *ready-made* era *In Advance of the Broken Arm* (Em previsão do braço quebrado), cf. Duchamp 2014/2018, p. 60.

²³ “Fête foraine” é o equivalente do parque de diversões brasileiro.

²⁴ No original: “La chevelure vol d’une flamme à l’extrême/Occident de désir pour la tout développer”.

cartazes: “Farmácia”, “Água e gás em todos os pavimentos”, *Apolinère enameled*, “Tabuleiro de xadrez de bolso”, Duchamp “exalta o gesto, sem cair nunca, como tantos artistas modernos, na gesticulação”²⁵ (Paz, 1977, p. 19).

Para Pierre Bourdieu (1992, p. 343-346): “ele (Duchamp) inventa o *ready-made*, esse objeto manufaturado promovido à dignidade de objeto por um ‘*coup de force*’ simbólico do artista, frequentemente significado por um jogo de palavras” ou, segundo André Breton: “objetos manufaturados promovidos à dignidade de objetos de arte pela escolha do artista (Breton, 1935, p. 48).

Paz conclui: “O *ready-made* é uma arma de dois gumes; se se transforma em obra de arte, malogra o gesto de profanação; se preserva a sua neutralidade, converte o gesto em obra” (Paz, 1977, p. 27).

Para o mesmo Paz, o quadro *Nu descendant l’escalier* (1912, óleo, 146 x 89 cm), por exemplo, é antes de mais nada uma metáfora, meditação sobre si mesma, gesto do espírito. Prossegue: “criação pura e meditação sobre a pintura e o movimento [...]”. Segundo Robert Lebel (1959, 2016, apud Paz, 1977, p. 13), “o nu representa o mesmo papel que o antigo esfolado nos livros de anatomia; é um objeto de investigação interna”. E segundo o próprio Duchamp, trata-se da “convergência de vários interesses, entre os quais o cinema... e a separação das posições estáticas nas cronofotografias de Marey na França, de Eakins e Myybridge na América” (Duchamp, 2014-2018, p. 34); “Não existe carne, apenas uma anatomia simplificada, em cima, em baixo, a cabeça, os braços e as pernas” (Duchamp, 2014-2018, p. 35).

Pintado na cor da madeira, o nu propriamente dito desaparece diante das diferentes posições (20) estáticas do ato sucessivo da descida²⁶ representadas através de uma forma humana

²⁵ Os “versos de circunstância” de Mallarmé (dedicatórias, álbuns, dons) poderiam constituir o equivalente dos “ready made” duchampianos (1945, p. 81-185).

²⁶ Tela recusada pelo Salão dos Independentes de Paris em fevereiro de 1912 e exposta ulteriormente no Salão da Seção de Ouro.

geométrica (de perfil) indo de um bege claro (com reflexos esverdeados) até uma totalidade mais escura, sobre fundo marrom escuro. Apesar de o quadro ter uma coloração futurista, ou certamente cubista²⁷, ele foi recusado na exposição de 1912 por “representar” um objeto (uma mulher nua?) em movimento, contrário aos cânones cubistas.

Para Octavio Paz ainda, a grande obra de Duchamp, *La Mariée mise à nu par ses célibataires, même* ou *Le Grand Verre*²⁸ (*A Noiva desnudada pelos seus solteiros, mesmo* ou *O Grande Vidro*), obra cuja concepção durou de 1915 a 1923²⁹, “é uma transposição, no sentido que Mallarmé dava a essa palavra, do método literário à pintura” (Paz, 1977, p. 16). Trata-se de uma obra inacabada e as 93 notas que a comentam, escritas entre 1912 e 1923, foram publicadas em 1934 na *Caixa Verde*, podendo ser lidas (quando isso é possível) de maneira aleatória³⁰. Constituída por duas placas de vidro transparentes sobrepostas em altura (2,75m por 1,75m de largura), ela é feita de pintura a óleo, verniz, folha e fio de chumbo, poeira. As cores dominantes são o cinza, o negro, o marrom, laivos de amarelo. Em entrevista com Robert Lebel, Duchamp faz alusão à noiva como um *conceito* nascido numa “*fête foraine*” onde jovens enviam projéteis sobre uma representação de uma noiva a fim de desvesti-la. Obra que se tornou mundialmente famosa, ela é a continuação da obra anterior: *Nu descendo a escada*.³¹

²⁷ Reprodução impossível devido aos direitos do autor inacessíveis ao público, mas visível na Internet.

²⁸ Idem.

²⁹ Obra exposta no Philadelphia Museum of Art.

³⁰ Comparáveis a essas notas são as notas preparatórias do “Livro” de Stéphane Mallarmé publicadas por Jacques Scherer em 1957.

³¹ A obra de Duchamp é um moto contínuo e antes da *Noiva*, entre 1912 e 1913, ele criou *Deux Nus, un fort et un vite* (*Dois nus, um forte e um depressa*); *Le Roi et la Reine traversés par des nus en vitesse* (*O Rei e a Rainha atravessados por nus em velocidade*) e *Le Roi et la Reine traversées par des nus vite* (*O Rei e a Rainha atravessados por nus depressa*); *Le roi et la Reine entourés de nus vites* (*O Rei e a Rainha cercados de nus velozes*); *Vierge n°1* e *Vierge n°2* (*Virgem n°1 e Virgem n°2*); *Le Passage de la Vierge à la mariée* (*A passagem da Virgem à noiva*); o primeiro estudo de *La Mariée mise à nu par les célibataires* (o primeiro estudo de *A Noiva desnudada pelos solteiros*); as primeiras pesquisas para *La Machine célibaire* (*A Máquina solteira*); a primeira

O próprio Duchamp oferece uma descrição detalhada da obra no livro *Duchamp du signe* (num jogo de palavras como ele amava³²), que retoma suas notas de 1914, mas outra tentativa de explicação da *Noiva* é de André Breton (1935, p. 46).

Este último identifica 13 elementos constitutivos da obra:

1. A Noiva (ou um enforcado fêmea), reduzida a um esqueleto.
2. Inscrição superior (obtida por 3 pistões de ar envoltos numa espécie de via láctea).
3. Nove moldes machos (ou máquina de Eros ou máquina solteira, ou cemitério de uniformes e librés/ soldado, cavaleiro, policial, padre, garçom de café, entregador de grande loja, empregado, agente funerário, chefe da estação).
4. Faixa de segurança (ou carrinho ou trenó) apoiada em patins escorregando num cano.
5. Moinho.
6. Tesouras.
7. Peneira.
8. Moedora de chocolate.
9. Zona de respingos.
10. Testemunhas oculistas.
11. Zona do manipulador de gravidade (não figurada).
12. Traços.
13. Vestido de noiva.

Segundo André Breton, trata-se aqui de uma especulação mecanicista, cínica, do fenômeno amoroso do qual ele propõe uma descrição minuciosa, completada pela explicação do próprio Duchamp:

- Os solteiros servem de base arquitetônica à noiva, que representa a apoteose da virgindade. O motor-desejo não entra em contato direto com a Noiva, ao contrário, ele é

separado dela por um refrigerador. A Noiva recusa calorosamente a solicitação dos solteiros.

- A Noiva é um motor que transmite sua potência-tímida, que serve para o desabrochar dessa virgem ao termo de seu desejo. A comanda é elétrica.
- Nesse desabrochar a Noiva se apresenta nua sob duas aparências: a primeira, desnudada pelos solteiros, a segunda, a imaginativa, voluntária, da própria Noiva.
- Desses dois desenvolvimentos gráficos assim obtidos, deve-se encontrar a conciliação que seja o desabrochar (“épanouissement”) sem distinção de causa.

Breton admira o equilíbrio inédito e único entre a parte racional e a parte irracional da obra e esse “Atraso” (*retard*) que Duchamp chamou de “atraso em vidro” (“um atraso o mais geral possível, um atraso em (de) vidro, como se diria de um poema em prosa ou de uma escarradeira de prata”) e que guarda, segundo ele, intacto seu poder de antecipação³³.

Outra é a descrição que faz Octavio Paz da mesma *Noiva*: “(trata-se) de um vidro duplo, de dois metros e setenta centímetros de altura e um metro e setenta centímetros de largura, pintado a óleo e dividido horizontalmente em duas partes idênticas por um fio de prumo. Na parte mais alta da metade superior, domínio da Noiva, flutua uma nuvem de cor acinzentada. É a Via Láctea.”³⁴ Dentro dessa Via Láctea se encontram três tabuletas, que são os Letreiros de Cima e cuja função é a de transmitir aos solteiros “as descargas da Noiva”. A Noiva é uma máquina, espécie de esqueleto. Na metade inferior encontram-se os solteiros já mencionados, uma carreta dentro da qual se encontra um Moinho de Água.

O fluido magnético enviado pela Noiva a seus solteiros provoca um inchamento dos nove moldes que emitem um gás (que passa pelos

paginação do *Grand Verre*; *La Mariée mise à nu par les célibataires même* (A Noiva desnudada pelos solteiros mesmo) e, finalmente, *Trois stoppages-étalon* (Três paradores-modelo) e *La Broyeuse de chocolat* (O moedor de chocolate).

³² *Du champ du signe*, (Do campo/canto do signo/cisne...) Paris, Flammarion, 1994. A descrição vai da página 31 à página 102 (capítulo 1).

³³ No original: “un retard dans tout le général possible, un retard en verre comme on dirait un poème en prose ou un crachoir en argent”. (Duchamp, *Ecrits*, p. 41)

³⁴ Octavio Paz, *Marcel Duchamp ou o Castelo da Pureza*, op. cit., loc. cit., pp. 30-31.

cones da peneira enquanto o Carrinho recita suas litanias). Nesse momento a Noiva se desveste. Obra autossuficiente, ela contém seus próprios espectadores (os Oculistas)³⁵.

As descrições/interpretações são diversas. Para Duchamp trata-se da “sombra em duas dimensões de um objeto de três dimensões que, por sua vez, é a projeção de um objeto (desconhecido) de quatro dimensões: *a sombra, a cópia de uma cópia de uma Ideia*” (Paz, 1977, p. 31).

Quanto à Ideia, se sua presença é essencial para Marcel Duchamp para quem uma obra provém forçosamente de uma ideia, gesto do espírito, para Mallarmé, a questão é bem mais complexa. Para citar apenas alguns exemplos: o enunciado da Ideia se confunde com o rito no ballet, em “Crayonné au théâtre” (1945, p. 295)³⁶. Em “Crise de Verso” (1945, p. 365), ela é articulada ao ato poético: [...] “o ato poético consiste em ver de repente que uma ideia se fracciona em um número de motivos iguais em valor...”³⁷. Em “A Música e as Letras” (1945, p. 649): “que a Música e as Letras são a face alternativa aqui ampliada em direção ao obscuro; lá cintilante, com certeza, por um fenômeno, o único, eu o chamei, a Ideia”³⁸. Em carta a Maurice Barrès (Mallarmé, 1995, p. 582): “Eu trabalho todas as manhãs com um certo furor e programo o ano; quem sabe sairá, mas enfim absoluto, um fragmento do único drama a ser feito, que é o do Homem e da Ideia”³⁹. O termo é onnipresente em sua obra,

designando não somente a inspiração, a origem, mas a essência da obra⁴⁰.

Enfim, os dois artistas obedecem ao mesmo projeto, o de propor uma obra inédita que ponha a arte em questão, ao mesmo tempo “viva”, presente e durável (infinita?) e na qual o acaso ocupa um espaço importante.

Ora, para Mallarmé (1945, p. 368), a alternativa para abolir o Acaso seria uma constelação (“EXCETO/TALVEZ/ UMA CONSTELAÇÃO”), ou seja, o poema (graças ao verso) que, “negando, por um traço soberano, o acaso fixado nos termos apesar do artifício de sua imersão alternada no sentido e na sonoridade [...]”⁴¹, cria uma nova atmosfera.

Na parte IV de Igitur, chamada “O lance de dados”, ele afirma:

Em suma, num ato em que o acaso está em jogo, é sempre o acaso que realiza sua própria Ideia ao se afirmar ou ao se negar. Durante sua existência a negação e a afirmação acabam fracassando. Ele contém o Absurdo – ele o implica mas em estado latente e o impede de existir: o que permite ao Infinito ser.⁴² (1945, p. 441).

Mais adiante: “[...] e o Ato (qualquer que seja a força que o guiou) tendo negado o acaso, ele conclui que a ideia era necessária”⁴³ (p. 441).

³⁵ Uma descrição bastante detalhada do quadro é proposta por Christophe Cirendini, fotógrafo e professor de artes plásticas: <arplastik-simoneveil.blogspot.com/2015/04/marc-el-duchamp-en-quelques-leçons-meme_12.html>.

³⁶ No original: “- rien qu’au travers du rite, là, l’énoncé de l’Idée [...]”.

³⁷ No original: , “une régularité durera parce que l’acte poétique consiste à voir soudain qu’une idée se fractionne en un nombre de motifs égaux par valeur [...]”.

³⁸ No original: “que la Musique et les Lettres sont la face alternative ici élargie vers l’obscur: scintillante là, avec certitude, d’un phénomène le seul, je l’appelai, l’Idée”.

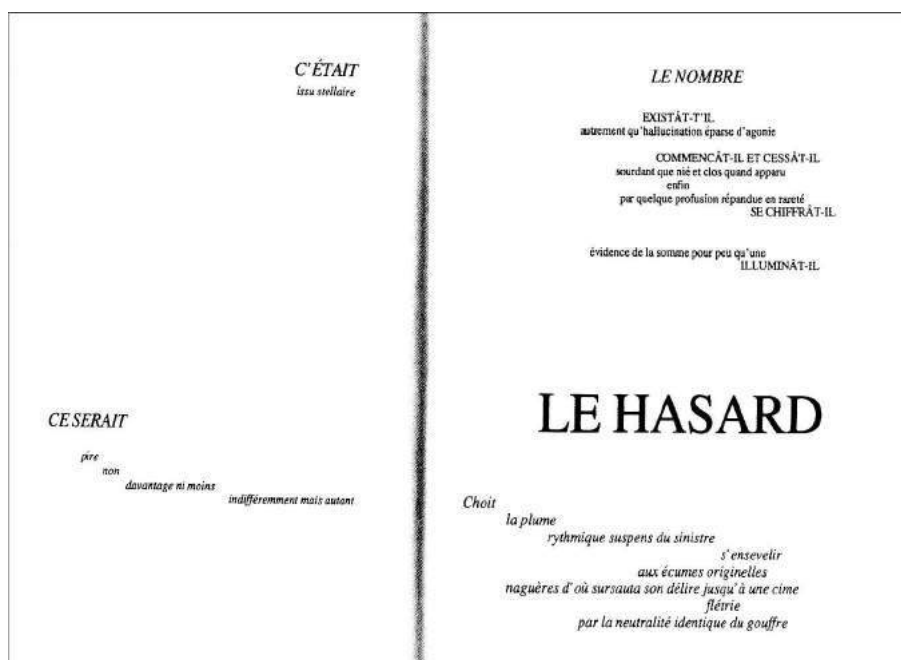
³⁹ Carta n. 262. No original: “Je travaille chaque matin avec quelque fureur, et j’ébauche mon année: peut-être en sortira-t-il, mais absolu enfin, un fragment d’un seul drame à faire, qui est celui de l’Homme et de l’Idée [...]”.

⁴⁰ O filósofo Jean-François Marquet dedica um ensaio ao tema: “Mallarmé et la mise-en-scène de l’Idée”, in *Miroirs de l’identité*, 1966. Para Duchamp, diga-se de passagem, o termo não tem o exato valor que em Mallarmé: Paz o declina em “metáfora”, “transposição”, “transformação”, “jogo de linguagem”...

⁴¹ No original: “niant, d’un trait souverain le hasard demeuré aux termes malgré l’artifice de leur retrempe alternée en le sens et la sonorité [...]”.

⁴² No original: “*Bref dans un acte où le hasard est en jeu, c’est toujours le hasard qui accomplit sa propre Idée en s’affirmant ou se niant*” (em itálico no original).

⁴³ No original: “[...] et l’Acte (quelle que soit la puissance qui l’ait guidé) ayant nié le hasard, il en conclut que l’Idée était nécessaire”.



Assim, se, para Mallarmé, o acaso seja talvez abolido se uma constelação vier ocupar o seu lugar, para Duchamp, o acaso ocupa um lugar de grande importância na realização dessa obra pintada num vidro cujo fito era o de se afastar da pintura “retiniana” pelo uso do desenho industrial. Os fios que compõem a obra caem de maneira aleatória e a poeira que aí se acumula é deixada intencionalmente. Para Marcel Duchamp, a *Noiva* é o resultado da acumulação de todas as experiências e experimentações praticadas pelo artista: “A ideia geral era pura e simplesmente a execução, além das descrições do tipo catálogo das armas de Saint-Étienne em cada parte...” (Duchamp, 2014-2018, p. 44). Segundo ele: “A ideia do acaso, pensado por muita gente naquela época, tinha me impressionado. A (minha) intenção consistia principalmente em esquecer a mão, visto que, no fundo, mesmo a mão, é o acaso”⁴⁴ (Duchamp, 2014-2018, p. 50). O acaso interveio igualmente na queda sofrida pelo “Vidro”, cujas duas placas sobrepostas se racharam de maneira similar.

Enfim, para os dois artistas, a presença do outro, do público, é essencial. Do ponto de vista material, Duchamp decide pintar em vidros porque isso facilita o olhar, o espectador vê

⁴⁴ No original: “L’idée du hasard, auquel beaucoup de gens pensaient à cette époque-là, m’avait également frappé. L’intention consistait surtout à oublier la main, puisqu’au fond, même votre main, c’est du hasard”.

através. Mas ele insiste na necessidade do olhar do outro: “[...] o artista só existe se é conhecido. Por conseguinte, podemos imaginar a existência de cem mil gênios que se suicidam, que se matam, que desaparecem, porque não souberam fazer o que era preciso para serem conhecidos, para se imporem e conhecerem a glória”⁴⁵ (Duchamp, 2014-2018, p. 83), ou “No final das contas, o público representa a metade da questão” (Duchamp, 2014-2018, p. 22).

Nos dois casos, a presença de um olhar é necessária. Ou melhor, de um público. De um lado, a “máquina” de Duchamp, de outro, o “Livro” de Mallarmé, ambos necessitam a intervenção de um “operador”, segundo a expressão de Pascal Durand⁴⁶ (2019, p. 21-36 e sq.): “Para Mallarmé, o Livro, segundo suas notas, é uma ‘grande máquina (a) ativar’” que necessita

⁴⁵ No original: “[...]l’artiste n’existe que si on le connaît. Par conséquent, on peut envisager l’existence de cent mille génies qui se suicident, qui se tuent, qui disparaissent, parce qu’ils n’ont pas su faire ce qu’il fallait pour se faire connaître, pour s’imposer et connaître la gloire”.

⁴⁶ Pascal Durand é sociólogo da literatura, professor na Universidade de Liège, autor de “De Mallarmé à Duchamp”, in *Formalisme, jeu de formes* (2001).

a intervenção de um operador ou “operário” [...]”⁴⁷. Lembremos que em sua concepção, trata-se de folhas soltas que o leitor pode ler em qualquer ordem, ou, de certa forma, uma máquina de livros, de textos infinitos... e para o qual o autor imaginou um preço e uma operação de venda junto a um público seletivo, que nunca ocorreu...

Os dois artistas, apesar do intervalo que os separa, apresentam, portanto, características semelhantes, conhecedores do que Pascal Durand (2019, p.21-36), seguindo Bourdieu, chama de “as regras da arte”: autotelismo crítico, ironia, uma virtuosidade sem objeto, e principalmente “a dimensão frequentemente indecível das propostas teóricas”: sacralização e dessacralização da arte. Para os dois artistas, igualmente, trata-se da última grande obra antes do silêncio: um desaparece, o outro se cala.

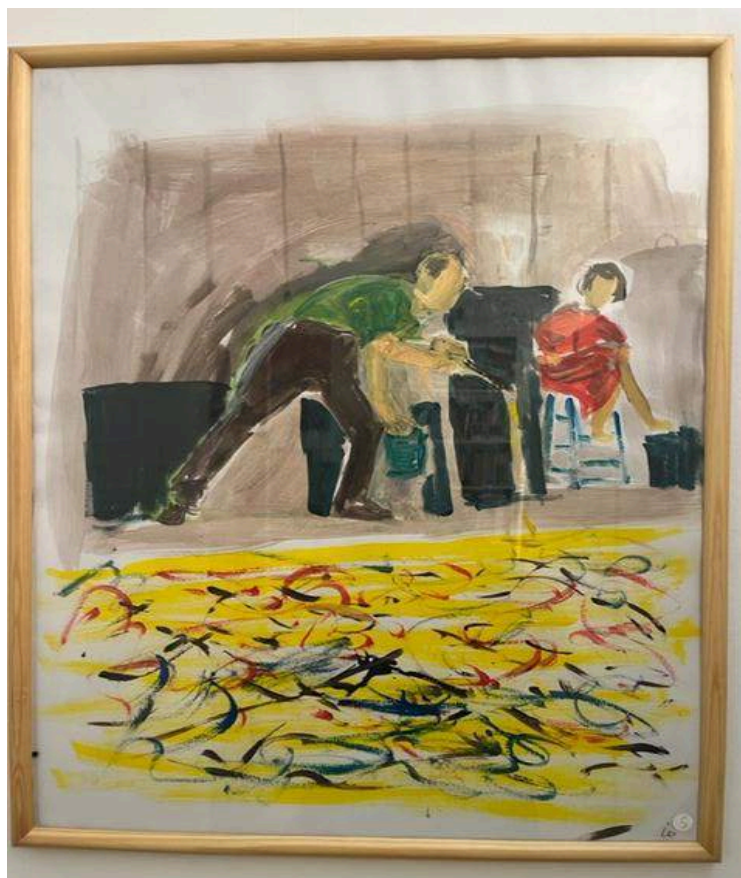
Concluindo, podemos dizer que o traço comum aos dois artistas é a realização de uma obra “crítica”, crítica do passado, crítica da crítica, uma obra múltipla, polissêmica, mas cuja significação final escapa pelo próprio modo como elas são agenciadas, enquanto obras “in-significantes”. Nesse sentido, são também obras *mediais*, obras irônicas, onde o acaso é a personagem principal. Octavio Paz chega a dizer que *Un coup de dés* é a obra gêmea do *Grande Vidro*⁴⁸: “A semelhança entre ambos os artistas não provém de que ambos revelem preocupações intelectuais em suas obras, mas de seu *radicalismo*: um é o poeta e o outro é o pintor da Ideia” (Paz, 1977, p. 49). Ambas suscitam uma pluralidade de leituras e constituem uma metáfora do vazio. Paz prossegue: “assim como cada um de seus instantes (do poema) é definitivo em relação aos

que o precedem e relativo diante dos que o sucedem” (1977, p. 50), o quadro de Duchamp é um quadro em vidro transparente, “um quadro inacabado em perpétuo acabamento” (1977, p. 51).

Lance de dados? Cheque e mate?

⁴⁷ Citação completa e no original: “Pour Mallarmé, le Livre, selon ses notes, est une ‘grande machine (à)mettre en branle’, réclamant dans sa structure propre, l’interaction de plusieurs genres et de formes diverses (le journal, le Théâtre, le livre, le ballet, la symphonie, l’hymne, le tréteau forain, le diorama, etc.) et, dans sa mise en jeu, l’intervention d’un opérateur, d’un ‘ouvrier’ qui n’est autre, collectif ou singulier, public ou privé, que le lecteur, chargé de combiner les feuillets, d’opérer des rapports ou des raccords, de prendre activement part à un événement textuel et symbolique qui sans lui n’aurait pas lieu, ni lieu d’être”, inspirado por Jacques Scherer, *Le “Livre” de Mallarmé*, 1977.

⁴⁸ “Le Grand Verre” é o outro nome da “Mariée”...



(Pollock painting, by IO)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. AGAMBEN, Giorgio. "Le geste et la danse". *Revue d'esthétique*, N°22, Paris, Ed. Jean-Michel Place, 1992, p. 9-12.
2. AGAMBEN, Giorgio. "Notes sur le geste", in *Moyens sans fins, Notes sur la politique*, Payot & Rivages, 2002, p. 63-68.
3. AGAMBEN, Giorgio. *Notas sobre o gesto*. Tradução Vinícius Honesko. *Artefilosofia*, Ouro Preto, n. 4, jan. 2008, p. 9-14.
4. BOURDIEU, Pierre. *Les règles de l'art*, Seuil, 1992, pp. 343-346.
5. BRETON André. *Le Phare de la Mariée*. *Minotaure*, n. 6, 1935.
6. CAMPOS, Augusto de. "Lygia finge". *Poetamenos*. São Paulo: Itáu cultural, 1953.
7. CAMPOS, Augusto de; CAMPOS, Haroldo de; PIGNATARI, Décio. *Teoria da Poesia concreta*. São Paulo: Edições Invenção, 1965.
8. CAMPOS, Augusto de. "Poesia, Estrutura". In: CAMPOS, Augusto de; CAMPOS, Haroldo de; PIGNATARI, Décio. *Mallarmé*. São Paulo: Perspectiva, 1975, p.177-180 - .
9. CAMPOS, Augusto de; CAMPOS, Haroldo de; PIGNATARI, Décio. *Mallarmé*. São Paulo: Perspectiva, 1975.
10. CAMPOS, Augusto de. « intraduction ready mallarmade » <antonioicicero.blogspot.com>, 2009.
11. CAMPOS, Augusto de; PLAZA, Julio. *Reduchamp*. 2. ed. São. Paulo: Annablume, 2009.
12. CAMPOS, Haroldo de, *Invenção*, n.4, Editora Obelisco, dezembro 1964.
13. CAMPOS, Haroldo de, "A obra de arte aberta", *Diário de São Paulo*, 03/07/1955.
14. CAMPOS, Haroldo de. *A arte no horizonte do provável*. São Paulo: Perspectiva, 1969.
15. CAMPOS, Haroldo de. *Mallarmé*. São Paulo: Perspectiva, 1975.
16. CAMPOS, Haroldo de. *A ReOperação do texto*. São Paulo: Perspectiva, 2013.
17. CITTON, Yves. *Gestes d'humanité. Anthropologie sauvage de nos expériences esthétiques*. Paris: Armand Colin, 2012.

18. DAMISCH, Hubert. "La défense Duchamp", in Colloque de Cerisy (sur M.D.), Paris, 10X18, 1979.
19. DECIMO, Marc. *Marcel Duchamp mis à nu à propos du processus créatif*. Dijon: Les Presses du réel, 2004.
20. DUCHAMP, Marcel. *Écrits*, Flammarion, 1976.
21. DUCHAMP, Marcel. *Ingénieur du temps perdu*. Paris: Belfond, 1998.
22. DUCHAMP, Marcel. *Duchamp du signe*. Paris: Flammarion, 1994.
23. DUCHAMP, Marcel. *Entretiens avec Georges Charbonnier*. Marseille: Ed. André Dimanche, 1994.
24. DUCHAMP, Marcel. *Entretiens avec Pierre Cabannes*. Paris: Allia/Sables, 2014/2018.
25. DUCHAMP, Marcel. *Abécédaire*. Musée National d'Art Moderne, janvier, 1977.
26. DURAND, Pascal. De Mallarmé à Duchamp : Formalisme esthétique et formalité sociale In : *Formalisme, jeu des formes* [en ligne]. Paris: Éditions de la Sorbonne, 2001. Disponível em: <<http://books.openedition.org/psorbonne/15027>>. Acesso em: 10 mar. 2023.
27. ECO, Umberto. "Arte programmata", *A definição da Arte* (tradução Eliane Aguiar), R. J., 2016, p. 271.
28. GERVAIS, André. L'intertexte Mallarmé/Duchamp. *Études littéraires*, v. 22, n. 1, 1989, p. 77-90.
29. JAUSS, Hans Robert. *Pour une esthétique de la réception* Paris : Gallimard, 1978.
30. KRISTEVA, Julia. Le geste, pratique ou communication?. *Langages*, n. 10. *Pratiques et langages textuels*, 1968, p. 48-64.
31. LEBEL, Robert. Sur Marcel Duchamp. Paris: 1959, re-édition Mamco, 2015.
32. MALLARME, Stéphane. *Œuvres complètes*. Paris: Gallimard, Pléiade, 1945.
33. MALLARME, Stéphane. *Correspondance/ Lettres sur la poésie*. Paris: Gallimard, 1995.
34. MARQUET, Jean-François. "Mallarmé et la mise-en-scène de l'Idée". In: MARQUET, Jean-François. *Miroirs de l'identité*. Paris: Hermann, 1966, p.21-78 .
35. MURAT, Michel. *Le Coup de dés de Mallarmé – un recommencement de la poésie*. Paris: Belin, 2005.
36. OSEKI-DEPRE, Inês. "Mallarmé en transit ou les subdivisions prismatiques de l'idée", *Poésie en transit entre la France et le Brésil*. Textes réunis par Bénédicte Gorrillot, Marcelo Jacques de Moraes et Marcos Siscar. *Revue des Sciences Humaines*, n. 346 / avril-juin 2022, Presses universitaires du Septentrion, p. 105-133.
37. PAZ, Octavio. *O Castelo da pureza*. São Paulo: Perspectiva, 1977.
38. PIGNATARI, Décio. *Mallarmé*, Ed. Perspectiva/USP, 1975.
39. PIGNATARI, Décio. « Stèle pour vivre ». In: PIGNATARI, Décio. *Poesia Pois é Poesia*. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1977.
40. PRIGENT, Christian. *Une phrase pour ma mère*. Paris: P.O.L, 1996.
41. PRIGENT, Christian. *L'incontenable* (ensaios). Paris: P.O.L, 2004.
42. RANCIERE, Jacques. *Mallarmé: La politique de la sirène*. Paris: Fayard, 2012.
43. ROGER, Thierry. "Mimiques : notes sur le geste poétique". In: *Les Gestes du poème*, Actes du colloque organisé à l'Université de Rouen en avril 2015, publiés par Caroline Andriot-Saillant et Thierry Roger (CÉRÉDI).
44. ROGER, Thierry. Sur le genre du *Coup de dés*. *Poétique*, v. 160, n. 4, 2009, p. 443-470.
45. ROGER, Thierry. *L'Archive du Coup de dés*. Paris: Classiques Garnier, 2010.
46. TARDIEU, Jean. *Obscurité du jour*, Genève, Skira, 1974, p. 62.
47. SCHERER, Jacques. *Le "Livre" de Mallarmé*. Paris: Gallimard, 1957.
48. STEIN, Gertrude. *Porta-Retratos*. Prosa. Introdução, tradução e título da coletânea de Augusto de Campos. Edição bilingue. Capa de Augusto de Campos. Florianópolis, SC: Noa Noa, 1989.
49. TARDIEU, Jean. *Obscurité du jour*. Genève: Skira, 1974.
50. VALERY, Paul. *Œuvres* (éd. Jean Hytier). Paris: Gallimard, coll. "Bibliothèque de la Pléiade", t. I, 1957.
51. VIAL KAYSER, Christine. *Marcel Duchamp, Le Grand Verre, la Grande Guerre*, col. Arts. Marseille: PUP, 2019.

Great Britain Journal Press Membership

For Authors, subscribers, Boards and organizations



Great Britain Journals Press membership is an elite community of scholars, researchers, scientists, professionals and institutions associated with all the major disciplines. Great Britain memberships are for individuals, research institutions, and universities. Authors, subscribers, Editorial Board members, Advisory Board members, and organizations are all part of member network.

Read more and apply for membership here:
<https://journalspress.com/journals/membership>



For Authors



For Institutions



For Subscribers

Author Membership provide access to scientific innovation, next generation tools, access to conferences/seminars/symposiums/webinars, networking opportunities, and privileged benefits. Authors may submit research manuscript or paper without being an existing member of GBJP. Once a non-member author submits a research paper he/she becomes a part of "Provisional Author Membership".

Society flourish when two institutions Come together." Organizations, research institutes, and universities can join GBJP Subscription membership or privileged "Fellow Membership" membership facilitating researchers to publish their work with us, become peer reviewers and join us on Advisory Board.

Subscribe to distinguished STM (scientific, technical, and medical) publisher. Subscription membership is available for individuals universities and institutions (print & online). Subscribers can access journals from our libraries, published in different formats like Printed Hardcopy, Interactive PDFs, EPUBs, eBooks, indexable documents and the author managed dynamic live web page articles, LaTeX, PDFs etc.



GO **GREEN** AND HELP
SAVE THE **ENVIRONMENT**

JOURNAL AVAILABLE IN

PRINTED VERSION, INTERACTIVE PDFS, EPUBS, EBOOKS, INDEXABLE
DOCUMENTS AND THE AUTHOR MANAGED DYNAMIC LIVE WEB PAGE
ARTICLES, LATEX, PDFS, RESTRUCTURED TEXT, TEXTILE, HTML, DOCBOOK,
MEDIAWIKI MARKUP, TWIKI MARKUP, OPML, EMACS ORG-MODE & OTHER



SCAN TO KNOW MORE

support@journalspress.com
www.journalspress.com



*THIS JOURNAL SUPPORT AUGMENTED REALITY APPS AND SOFTWARES