

IMAGEM CONSTRUÍDA

Mauricius Martins Farina *

Partindo da proposta de relacionar a arte e a propaganda sob um aspecto ideológico para argumentar a diferença entre ambas, penso que poderia encontrar uma diversidade de proposições. No entanto, neste artigo, pretendo demonstrar uma diferença ideológica que é tramada pela própria relação do signo com o seu suporte, ou seja, uma relação que depende da estrutura mediática e não apenas do argumento conceitual para estabelecer sua singularidade.

Oliviero Toscani (diretor de arte e fotógrafo da Benetton) quando disse que "a publicidade é um cadáver que nos sorri" e que "os publicitários a perfumam todos os dias" porque senão ela "cheira mal" estava propondo uma nova publicidade, sob um novo paradigma: "a realidade" ao invés da "ilusão".

Para isso, em causa própria, emblematizou seu discurso - culturalmente adequado - atuando nas contradições da sociedade contemporânea, onde apontou para as suas hipocrisias e atingiu um público culturalmente mais preparado, mais crítico.

Ao efetuar sua operação comunicativa ele procede como um publicitário pós-moderno e estabelece um sistema complexo na indústria cultural. Se hoje as estratégias da Benetton parecem enfraquecidas, isso se deve principalmente a problemas mercadológicos, a parte que coube a Toscani foi extremamente eficiente.

* O autor é jornalista, mestre em Multimeios pela Unicamp, doutorando em Ciências da Comunicação pela Eca/Usp e é professor do Depto. de Multimeios da Unicamp.

O padre e a freira



Oliviero Toscani, campanha da Benetton, 1994.

Nesta fotografia há a possibilidade de uma série de comentários, mas todos eles atuam sob a obviedade de uma constatação: esta imagem foi feita para ser vista. Pode-se afirmar com tranquilidade que nem o padre e nem a freira são verdadeiros. São modelos vestidos de padre e de freira. Entretanto, visualmente, ambos se identificam como um padre e uma freira. Signos visuais codificados culturalmente. O que Toscani quer dizer com isso?

Com esta imagem ele ataca uma regra fundamental da religião católica: o celibato. Mas ele o faz de uma maneira extremamente delicada. A sensualidade quase infantil dessa imagem lembra mais uma cena romântica de amor verdadeiro que uma cena pecaminosa para escandalizar - como escandalizou - os católicos de todo o mundo. Existem nesta imagem evidentes paradoxos tais como o pecado e a pureza, a regra e a liberdade, a verdade e a mentira.

Há um significado simbólico funcionando neste trabalho, como um espelho refletindo um problema real do mundo humano: por exemplo o celibato entre religiosos católicos, a metáfora que atua na sua mensagem e na sua propaganda trata de assuntos do mundo real: o paradigma proposto pelo sistema Toscani.

"A imagem do padre e da freira que se beijam, eu a fiz porque me interessava verificar se a reação provocada pelo olhar pode vencer o tabu do conhecimento estabelecido. (...) O fato de tratar-se de um

padre e de uma freira passou para segundo plano, diante da ternura daquele beijo casto e, no fim das contas, irreal."

Apelar para uma atitude de subversão dos valores morais decadentes de uma sociedade marcada pelo apelo idealizado traz ao seu trabalho um sentido de cumplicidade que atinge também outras camadas de público.

Toscani dirige sua comunicação para a racionalidade ética do receptor, problematizando a imagem de consumo. Ao apresentar uma imagem oposta ao convencionalismo publicitário, Toscani provoca no receptor uma imediata comparação com a publicidade convencional e um estranhamento que toca o discurso da própria ideologia publicitária.

Para se destacar da pasmaceira geral que generalizou o discurso publicitário como um discurso com uma sintaxe uniforme, Toscani, numa operação própria da metalinguagem, subverteu diversos dogmas.

Ao tratar de questões relativas a recodificação e manipulação das imagens, seu trabalho se insere em alguns paradigmas da pós-modernidade. Configurar uma poética expressiva de base dirigida é o que, no fim das contas, melhor representa o tom da sua originalidade no sistema da comunicação de massa.

Entretanto, ao cotejar o seu trabalho com a imagem que se produz no sistema da arte contemporânea, o olhar de Toscani revela a sua domesticidade.

No universo específico da sua prática seu maior problema é o de se propor rebelde, revolucionário e por isso mesmo a maior vítima da sua fórmula: seu impacto cessa quando o sistema publicitário a assimila, essa talvez seja uma das razões para a atual crise de continuidade de Toscani, seu discurso quando assimilado torna-se lugar comum.

Sabe-se que nos dias presentes, tanto na arte quanto no eixo consuetudinário da comunicação de massa, a dimensão da ética atingiu o auge como um conceito presente em muitos de seus discursos, ainda que de forma indireta, ao expor os limites das atitudes e dos valores culturais determinando transformações profundas e violentas na constituição do imaginário social.

Andrés Serrano é um artista de sucesso no mundo das artes visuais de Nova York, o que vale dizer, é um artista que já faz parte da história da arte. Suas imagens tratam de uma "realidade" bem menos emblemática que a de Toscani. No entanto sua causticidade beira o choque sensacionalista da arte que afronta os limites.

Com sua fotografia de um crucifixo submerso na urina, o que na aparência poderia ser esteticamente bonito, ao se encontrar com o conhecimento dos materiais utilizados, faz pensar que a foto do padre que beija a freira de Toscani seria de fato muito cosmética. Ocorre que ambas tratam de afrontar a instituição religiosa do catolicismo, de atacar e de rediscutir posições.

Em Andrés Serrano o ataque é muito mais violento, ele profana um símbolo sagrado, desrespeita o "cristo sacrificado" e pratica um terrível "sortilégio". Ato digno de excomunhão e de fogueira se vivêssemos ainda na inquisição medieval. Leituras como essa seriam de fato muito próximas de se adaptar ao sentimento do cárcere da dogmática religiosa.



Andrés Serrano, Piss Christ, 1987

Serrano nasceu em Nova York, em 1950, filho de uma mãe cubana negra que não falava inglês e esteve internada repetidamente por surtos psicóticos - durante os quais acreditava ouvir vozes religiosas - e de um pai hondurenho que se ausentou de sua vida constantemente, porque era da marinha mercante e tinha outras famílias na América Central.

"Filho de mãe cubana de descendência africana e de pai hondurenho, Serrano se tornou conhecido por causa de Piss Christ, uma imagem genuinamente obscena de um crucifixo pintado com uma substância amarela que era nada menos que a urina do artista."

O ataque de Serrano não é contra o cristianismo mas contra a instituição religiosa do catolicismo, já que o simbolismo do cristo crucificado pertence à esfera católica. O ataque simbólico desferido por Serrano provoca uma discussão no âmbito político por se realizar com patrocínio institucional, cria

fissuras no debate da moralidade e exterioriza a hipocrisia conservadora que lhe confere uma dimensão escandalosa.

Em 1989 um religioso fundamentalista levou seu protesto até Washington, o alvo era a fotografia de Andrés Serrano. "Foi uma experiência muito kafkiana, despertar e se encontrar incluído nas discussões e no registro do Congresso dos Estados Unidos"- disse o artista. O senador republicano Alphonse D'Amato rasgou uma reprodução no recinto e jogou os pedacinhos no chão, vociferando sua oposição à foto, ao artista e à *National Endowment for the Arts* - através da qual Serrano havia recebido um prêmio canalizado por outra instituição. O debate real - liderado pelo também republicano Jesse Helms, somando seu furor contra as fotos de Mapplethorpe - girava em torno da liberdade de expressão, a luta pelo controle das imagens e o papel do estado no sustento econômico da produção cultural.

A dimensão do escândalo provocado pela arte é um paradigma com base nas vanguardas artísticas das primeiras décadas do século XX. Na célebre seqüência inicial de *Un Chien Andalou* de Buñuel e Dalí, em que uma navalha rasga um olho, se anuncia não uma referencialidade mas uma metáfora da visão transformada; trata do rompimento com a tradição perceptual, do anúncio do espectador, da metalinguagem, da arte que traduz a si mesma como um modo de transformação da realidade.



Fotogramas de O cão andaluz, de Luis Buñuel e Salvador Dalí, 1928.

Essa dimensão escandalosa que existe também na obra de Toscani atua de modo a conferir a notoriedade tão fundamental para o estabelecimento da importâncias no âmbito da pós-modernidade.



Oliviero Toscani, campanha da Benetton, 1991/92. (foto da recém nascida)

A imagem da menina ainda com o cordão umbilical e algumas marcas de sangue e secreções, uma linda

criança que acabara de nascer provocou em muitos lugares uma indignação e até mesmo a proibição da veiculação da imagem. Em defesa de Toscani surge o depoimento de uma freira italiana que diz não ver nesta imagem nenhuma relação com o sofrimento mas sim com a vida e ao contrário, aponta para a imagem do cristo na cruz como uma imagem do sofrimento.

É neste sentido que a propaganda católica esbarra em seus dogmas e regras programáticas. Se a imagem do cristo na cruz serve para apontar para os homens que ele sofreu por eles, serve também para aterrorizar e perpetuar esse sofrimento.

Neste sentido, as contraversões da poética em relação às intuições repressivas podem, por um significado paradoxo, irromper com um sentido oposto. Desta maneira o cristo mergulhado na urina do artista pode representar a transformação e a libertação da opressão de um signo e de uma cultura sobre as liberdades individuais.

Na contramão das hipocrisias conservadoras e puritanas pode-se lembrar das idéias de Baudrillard com relação à saturação do espectador na sua relação com a imagem publicitária e alargar esses limites para a própria saturação iconográfica representada pela mutiplicidade pós-moderna.

Afinal, quantas etnias não foram destruídas pela "santa missão" evangelizadora dos colonizadores? Quantas almas medievais não tiveram como ultima visão a espada ou a cruz? Nos dias atuais em que a tecnologia mais avançada não consegue abolir as desigualdades, ao contrário, o sentimento de impotência e de submissão parece ter encontrado um novo paradigma: o da eterna evolução e a necessidade de se encontrar com a morte das coisas.

A arte se desprende do entendimento banalizado da norma e das convenções sociais, numa direção em que os artistas surgem como subversivos. Uma poética que encontra eco na subversão dos perceptos submissos e arrepia as mentes despreparadas. Sobrevive no "ocultismo" das suas propostas mais autônomas e singulares e no entanto pode-se revelar para qualquer um como uma 'possibilidade' de contato. Não escolhe e não segrega mas não admite veleidades. Apenas vive como vítima da sua própria maldição de eternidade.

Bibliografia

BARBOSA, Ivan Santo. "Sistema publicitário e produção ideológica" **Revista Líbero**, São Paulo, n. 2, 1998.

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

FOSTER, Hal. **Recodificação**. São Paulo: Casa Editorial Paulista, 1996.

GARDNER, James. **Cultura ou lixo?** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

OLIVIERO, Toscani. **A publicidade é um cadáver que nos sorri**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1996.

_____. **Tchau, mãe**. Rio de Janeiro: Revan, 1996.

VATTIMO, Gianni. **O fim da modernidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

Notas

1. Toscani, Oliviero. **A publicidade é um cadáver que nos sorri**, Rio de Janeiro: Ediouro, 1996.
2. Toscani, Oliviero. **Tchau, mãe**, Rio de Janeiro: Revan, 1996. p. 67
3. Gardner, James. **Cultura ou lixo?**, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996. p.220
4. Que além da causticidade de seus enunciados legaram aos dias que se seguiram uma estranha necessidade de alastramento dos espaços limítrofes em amplo sentido.