

## 6 Conclusão

Como visto anteriormente, a dissertação teve como objetivo explorar as percepções e crenças de interessados em objetos de arte africana no Brasil. Mais especificamente, buscou-se compreender melhor como os interessados nesses objetos vêem e percebem a arte africana, as imagens e emoções que associam ao conceito de arte africana, os motivos que orientam a preferência pelos objetos e aspectos importantes do valor simbólico dos objetos de arte. Também foi objetivo deste trabalho ampliar os conhecimentos sobre o consumo hedônico e suas dimensões simbólicas, por meio do estudo de aspectos do consumo e posse de objetos de arte africana.

Após o desenvolvimento deste estudo, puderam-se retirar as seguintes conclusões e comentários:

*1) Melhor compreensão sobre como os interessados nos objetos de arte africana vêem e percebem os objetos de arte africana.*

Observou-se que se o conceito de arte africana abrange máscaras, esculturas, peças de vestuário, adornos e instrumentos musicais. Todos esses objetos, quando originários da África, fazem parte da categoria “Arte Africana”, assim definida pelos interessados nesta arte no Brasil.

O possuidor de arte africana foi identificado como de bom-gosto, culto, intelectualizado, conhecedor de arte, que aprecia as diferenças culturais. Mostrou-se que há pouca informação sobre objetos de arte africana, mesmo entre interessados por esta arte. Talvez por isso mesmo, a pessoa que possui arte africana é vista como diferenciada, culta, detentora de informações que a maioria das pessoas não detém. Por outro lado, a falta de informações e o passado escravocrata parecem contribuir para a existência de preconceito pela arte africana, em alguns indivíduos.

Para a maioria dos respondentes desta pesquisa, o objeto de arte africana deve ser exposto na sala, a fim de que os outros possam vê-lo. Logo, o objeto de arte africana é mais do que uma expressão estética. É uma expressão da identidade do possuidor do objeto para o grupo que frequenta sua casa.

Perguntas específicas sobre objetos de arte africana dispostos em cinco painéis diferentes permitiram ao pesquisador explorar a percepção dos interessados sobre objetos de arte africana. Ao apontarem os critérios utilizados para dividir os objetos em grupos distintos, os participantes dos grupos focais expressaram sua forma de perceber os objetos e mostraram suas crenças sobre os critérios mais salientes na percepção dos objetos de arte africana.

Como os painéis foram enviados via e-mail e a pesquisa realizada à distância, as informações levantadas limitam-se à percepção visual dos participantes. Além disso, a realização de grupos focais *on-line* excluiu da pesquisa os interessados em arte africana que não sabem trabalhar com computador ou *internet* e isso pode gerar vieses de avaliação sobre as percepções e crenças dos interessados em arte africana. Outras pesquisas que visem aprofundar o tema devem optar por métodos que incluam essa parcela dos interessados.

O estudo qualitativo aproximou o pesquisador dos objetivos desta dissertação de compreender melhor o interessado em arte africana. No entanto, estudos quantitativos poderão ser realizados, no futuro, a fim de se criar uma base mais sólida de informações.

## 2) *Descrição de imagens e emoções associadas à arte africana*

A pesquisa qualitativa com grupos focais forneceu uma idéia dos tipos de imagens possíveis de serem encontradas entre os interessados. Esses grupos de imagens, associados aos critérios de divisão dos painéis e motivos de preferência, forneceram um panorama geral das crenças dos interessados que são mais determinantes na escolha dos objetos de arte africana.

Explorou-se na pesquisa o conceito de arte africana e os esquemas mentais e afetivos associados a esse conceito. A descrição das imagens associadas permitiu a categorização dessas imagens em nove grupos temáticos distintos. Existem interessados em arte africana que associam os objetos de arte africana à África

primitiva, tribal (África do *Tarzan*). Outros associam arte africana a conceitos ligados à arte moderna européia, ressaltando a ligação que a arte africana tem com pintores e escultores e com os valores da arte da Europa no séc. XX. Alguns ainda associam arte africana a algo remoto, distante, com o qual se identificam. Para outros, a arte africana é sinônimo de identidade, sendo a África o continente-mãe, onde tudo começou.

Essas visões representam de uma maneira mais ampla categorias culturais presentes no mundo dos interessados em arte africana. Para cada categoria dessas, existe um grupo de indivíduos, idéias, crenças e conhecimentos associados. Da mesma forma, esses grupos de indivíduos possuem valores humanos e necessidades diferentes. O administrador de marketing precisará conhecer os esquemas mentais e crenças desses grupos para entender quais significados públicos serão transmitidos pelos objetos aos seus possuidores, e quais contribuem para reafirmar o auto-conceito ou satisfazer necessidades psicológicas desses indivíduos. O que se fez nesta pesquisa foi apenas um passo no sentido de mapear esses esquemas associativos. Acredita-se que há muito o que se avançar nesta área, e técnicas mais poderosas de pesquisa qualitativa podem ser de utilidade para a continuidade desse tipo de trabalho.

Com relação às emoções, as respostas foram muito variadas e não se pode chegar a nenhuma conclusão sobre um tipo predominante de emoção associada aos objetos de arte africana. O que se pode verificar, no entanto, é que há de fato, uma variedade muito grande de emoções associadas à arte africana, tanto positivas quanto negativas. É possível que essa variação se deva em parte por conta da pouca informação e contato que as pessoas têm sobre arte africana no Brasil.

Acredita-se que a seleção por conveniência dos interessados e a realização de grupos focais via internet tenham prejudicado a obtenção de resultados mais esclarecedores sobre as emoções associadas à arte africana. A internet não facilita o trabalho com emoções, uma vez que a voz e a expressão corporal, componentes importantes de avaliação da resposta afetiva, não estão presentes. O tema é complexo e demanda um estudo específico, que associe técnicas quantitativas e experimentais às qualitativas e focalize especificamente as emoções.

3) *Descrição dos motivos que orientam a preferência pelos objetos e dos aspectos importantes do valor simbólico dos objetos de arte.*

O trabalho logrou mostrar que, apesar de ser uma escolha bastante emocional e subjetiva, houve certa concordância entre os pesquisados com relação aos objetos preferidos e também aos menos gostados, o que pode indicar relativa homogeneidade do grupo escolhido, mesmo que tenha sido formado por pessoas recrutadas por conveniência e habitantes de cidades diferentes.

O estudo também conseguiu reunir 9 (nove) grandes motivos para se comprar arte africana (diferenciação, identificação com África, beleza, identificação com o objeto, significado, modernismo, decoração, status, lembrança de viagem) e 78 (setenta e oito) motivos diferentes para a escolha de um objeto de arte africana sobre outros.

Verificou-se que os objetos considerados mais interessantes não eram os mesmos que os preferidos. Os objetos mais interessantes eram aqueles que chamavam a atenção, provocavam a curiosidade e muitas vezes incomodavam. Já os preferidos possuíam uma ligação afetiva positiva direta com os interessados, com seus auto-conceitos e seus ambientes sociais.

Foram relacionados os 10 (dez) aspectos mais importantes da qualidade percebida do produto: beleza, história, matéria-prima, originalidade, acabamento, raro, identificação com sujeito, em acordo com regras estéticas, garantia de origem e idade.

1) *Maior compreensão sobre as propriedades da arte africana como objeto de consumo hedônico.*

Os motivos de preferência e os indicadores de qualidade foram classificados de acordo com a teoria apresentada, para que se pudesse verificar a correspondência entre esta pesquisa e os estudos sobre os objetos hedônicos, e mais especificamente os estéticos.

A pesquisa corroborou a teoria sobre objetos estéticos elaborada por Hirschman (1983). Pode-se, verificar, por exemplo, a importância dos aspectos abstratos, subjetivos, simbólicos e holísticos na escolha pelos objetos de arte

africana, pois foram esses os predominantes nos resultados sobre motivos de preferência e nos critérios de divisão dos painéis.

A pesquisa também ressalta o papel das emoções na formação da imagem mental dos objetos de arte. Objetos estéticos têm forte carga emocional, a qual, no momento da avaliação de preferência, muitas vezes supera os aspectos cognitivos. As informações obtidas nos grupos focais corroboraram as pesquisas apresentadas na parte teórica sobre o importante papel do sistema afetivo na formação da preferência. Foi possível observar que as respostas afetivas formam um importante componente da construção mental do objeto de arte africana. Mais de um terço dos respondentes disse não precisar saber nada sobre o objeto para comprá-lo, que bastava “sentir o objeto” e “gostar dele”. Isso reforça a idéia do papel importante que as emoções têm na formação das preferências e das atitudes dos interessados em arte africana.

Observou-se, também, que os aspectos simbólicos são muito mais importantes do que os utilitários nos objetos de arte africana. Esses aspectos simbólicos podem estar ligados à estética do objeto ou ao significado original do produto. O significado original negativo parece ter mais influência na não-preferência por um objeto do que o significado original positivo na preferência por um objeto.

## **6.1 Recomendações para pesquisas futuras**

Apesar de a dissertação conseguir avançar um pouco na compreensão das preferências dos interessados em arte africana, há muito que se fazer para que seja possível mapear as crenças, preferências e estilos de vida dos interessados em arte africana, principalmente no campo quantitativo.

Pode-se fazer um levantamento, de cunho quantitativo, com o fim de avaliar a ocorrência de cada grupo de imagens (África-mãe, África-distante, África-tribal, etc.) entre indivíduos que compraram arte africana ou entre interessados em arte africana.

Além disso, com as respostas obtidas neste estudo podem ser elaborados questionários a fim de medir quantitativamente características dos compradores ou dos interessados em arte africana. Por exemplo, pode ser criado um questionário sobre motivos de compra, utilizando para isso os termos usados pelos próprios

respondentes desta pesquisa. Informações sobre o perfil dos interessados contribuem também para a construção de um questionário, na medida em que mostram as variações possíveis, evitando que um questionário fechado possa deixar de fora alguma característica ou dimensão de perfil importante.

Outra possibilidade interessante é avançar nos estudos sobre a qualidade percebida nos objetos de arte africana. Esta pesquisa descreveu a qualidade como sendo constituída por fatores como beleza, significado, qualidade da matéria-prima, originalidade, acabamento, raridade, identificação com o comprador. Seria interessante verificar quantitativamente quanto cada elemento contribui para a avaliação da qualidade percebida pelos interessados em arte africana. O papel da afetividade na avaliação da qualidade é outro tema que surgiu a partir deste estudo e que pode se revelar um terreno fértil para a pesquisa.

Também pode-se explorar os valores humanos e verificar se é possível alguma segmentação de mercado baseada nesses valores humanos. Se a necessidade do objeto de arte africana está bastante relacionada com a identificação do sujeito com o objeto, é de se imaginar que o auto-conceito que os indivíduos têm (ou almejam ter) sobre si mesmos deveria guiar a escolha sobre quais aspectos do objeto (concretos, abstratos e afetivos) são mais importantes para a avaliação destes. Se o pesquisador conseguir segmentar os interessados em arte africana em grupos de acordo com os valores humanos, conseguirá detectar quais aspectos da imagem mental do objeto africano melhor suprem as necessidades daquele grupo. Assim, poderá escolher produtos adequados (aspectos físicos), assim como meios e informações adequadas (aspectos abstratos) para que o produto mental criado seja aquele que melhor suprirá as necessidades e mais reduzirá os riscos desse grupo de indivíduos.

Outra recomendação é aprofundar a pesquisa sobre a resposta emocional direta que um objeto de arte africana tem sobre os indivíduos. Nesse caso, seria interessante trabalhar com grupos focais (ou com entrevistas individuais) ou pesquisas experimentais que proporcionem o contato direto com o produto. Além da visão, o indivíduo teria o tato e o olfato auxiliando os sentidos e aguçando a percepção. A arte africana é útil para o estudo desse tipo de sensação direta, porque muitos objetos são totalmente desconhecidos dos brasileiros, o que evita que o contato prévio ou conhecimentos e crenças acumulados sobre o produto (através da posse e uso) interfiram na resposta afetiva sobre a peça.

Enfim, as possibilidades para pesquisas futuras a partir desta são várias. O estudo dos objetos hedônicos, em particular os de objetos de arte, ainda é muito incipiente. Apesar do papel crescente que os produtos hedônicos ocupam em nossa sociedade, ainda há poucos estudos nessa área no Brasil. È possível que a alta subjetividade e complexidade associadas a esse tipo de produto dificultem a proliferação de pesquisas nessa área. No entanto, é enfrentando esse desafio e expandindo as metodologias qualitativas e quantitativas que será possível alcançar novos patamares no estudo dos objetos hedônicos, e mais especificamente, os objetos de arte.