

1.

Introdução

Entre os mais necessitados, acredita-se que a ajuda vem de cima, pois é um fator imprescindível. Assim costumam crer as famílias mais humildes. Na crença popular, as imagens sagradas são consideradas como artefatos que transmitem propriedades taumaturgicas, capazes de proferir socorro, conforto, proteção e alívio à vida das pessoas. Assim como as efígies milagrosas, encontradas com frequência nos lares populares, as imagens religiosas desenvolveram um papel crucial na constituição da nossa cultura. Nelas estão contidas mensagens de respeito à religião católica, não à dimensão comercial ou propagandística da Igreja, mas apelam para crenças arraigadas profundamente, crenças honestas e sinceras. Assim, os impressos religiosos dos “santinhos” podem ser apontados como um exemplo que evidenciaria a consolidação de uma base religiosa fortemente integrada às nossas tradições culturais, formando os laços que amarram os sentidos mais profundos e que produzem coesão social. Afinal, quem ousaria dizer que nunca se deparou com uma estampa dessa natureza? Esses impressos circulam em grandes quantidades pelo país e seu significado como valor de troca simbólico contido meio a cultura popular é de notável importância, não apenas entre católicos, mas verifica-se também entre não religiosos. Ocorre também não apenas entre os mais humildes, mas está difundido em todos os níveis sociais, sejam aqueles de posse de capital simbólico, tal como professores e profissionais liberais, mas também aqueles de capital financeiro.

Desse modo, esta pesquisa tem como objetivo dar continuidade a um estudo iniciado ainda na graduação sobre o material gráfico tradicional religioso conhecido popularmente como “santinhos”. Em vista da configuração gráfica popular que reforçaria a ampla disseminação dessas estampas, gostaríamos de trazer uma contribuição para o campo do design, de modo que possamos, eventualmente, reavaliar nossas convicções sobre os processos metodológicos e projetuais que configurariam essa prática profissional. Acreditamos que o caráter tradicionalista dessas estampas poderia nos revelar importantes indícios sobre outras formas de representação constituídas a partir de diferentes olhares,

referentes às camadas sociais mais baixas e aquelas que infelizmente se veem apartadas do contexto social como um todo, baseando-se apenas em suas possessões materiais ou espirituais.

Apesar de considerarmos essas estampas como um reflexo das tradições religiosas presentes em nossa cultura, nem todas as instituições de ensino consideram os “santinhos” como um artefato comunicacional que pudéssemos chamar de válido. Em nossos estudos tivemos ocasião de verificar que, de modo geral, nas universidades, faculdades e escolas de nível superior onde se ministram cursos em design, os estudantes são “treinados”, ou melhor, condicionados a acreditar na existência de uma ciência, no sentido pleno do termo, capaz de explicar os elementos fundamentais de uma composição imagética, excluindo os aspectos que estamos ressaltando. Noções dogmáticas como as leis da *gestalt* ou a arrumação e disposição dos elementos a partir de *grids* são algumas das fórmulas que consideramos pseudocientíficas, entre outras “regras” tidas como condições necessárias à legitimação de uma peça gráfica com certo valor que poderíamos nomear, à falta de melhor designação, de “qualidade”, “excelência” ou “eficácia” comunicacional. Tais noções empregam-se de modo a tornar a composição gráfica “harmonizada” e “equilibrada”, daí seu caráter “científico”. De nossa parte, compreendemos esses elementos como meros exercícios formais dispostos “caprichosamente” acreditando que essa sintaxe é funcional ou utilitária, que produz uma “boa” comunicação visual da mancha gráfica (seja ela constituída de caracteres, seja de figuras), colocando-se em posição paradoxal ao que defendem, pois segundo os partidários dessa noção, deveria existir apenas uma preocupação com a sua funcionalidade enquanto imagem.

O material gráfico religioso por nós examinado é um exemplo de como uma representação social pode servir de suporte ao universo simbólico do catolicismo popular e das tradições culturais regionais, em particular, para comunicar visualmente. Nossos exemplos parecem desmontar os ensinamentos acadêmicos, pois nos “santinhos”, objetos gráficos desqualificados pela academia, verifica-se que na realidade acontece o contrário do que esperado. Os “santinhos” parecem desobedecer a todas essas “regras científicas” de configuração gráfica e nem por isso deixam de cumprir sua função como artefato gráfico de comunicação. Embora sejam classificados como objetos inadequados por motivos de incoerência estrutural, a tal

estrutura constante presidida pelo equilíbrio e harmonia, ainda na contemporaneidade podemos notar uma forte demanda por essas estampas, que são impressas e distribuídas aos milhões pelo Brasil. Por conta desses resultados, caberia aqui a pergunta: seria verdade que estaríamos diante de um paradoxo, algo que não poderíamos explicar, pois no caso das representações figurativas, assim como no caso da arte, não existiriam explicações? Ou os fundamentos e ensinamentos transmitidos pelas universidades não dizem respeito à cultura popular? Sabemos que os “santinhos” são e vêm sendo muito difundidos dentro da nossa sociedade. Historicamente, partindo da colonização Ibérica, o catolicismo apostólico romano, ainda que mesclado às religiões animistas afrodescendentes e confrontado às novas manifestações religiosas pentecostais e neopentecostais, continua arraigado a nossas tradições históricas, que nos servem de referência para classificação identitária, para a da cultura em geral e para a cultura popular em particular.

Antes de passarmos ao desenvolvimento do texto, apresentaremos a divisão das etapas que o compõem, juntamente com algumas especificações e explicações do emprego de nossas fontes de pesquisa. Portanto, vamos à explanação dos capítulos abordados ao longo desse trabalho.

Para que pudéssemos compreender melhor o caráter comunicacional das estampas religiosas dos “santinhos” de acordo com um determinado grupo social, em oposição à rejeição verificada dentro de outras organizações sociais, por motivos de inadequação aos princípios teóricos acadêmicos que corresponderiam ao “bom design” ou design “simples”, julgamos ser mais adequado começar nossa pesquisa analisando o modo pelo qual uma imagem pode ser percebida e assimilada individualmente. Desse modo, demos início aos nossos escritos a partir de uma abordagem teórica sobre a corrente ideológica acadêmica formalista denominada pelo campo da arte como a “Grande Tradição”. Apesar de atualmente dentro do campo do design gráfico a noção epistemológica e científica que busca explicar a natureza da forma pareça estar vinculada unicamente às correntes modernistas, que se inauguraram no princípio do século XX com a fundação da Bauhaus e da Escola Superior da Forma de Ulm, poderíamos ressaltar que sua orientação ideológica estaria fundamentada previamente em outro campo do saber. Desse modo, este trabalho busca, portanto, identificar uma hibridação entre duas áreas

de conhecimento distintas, em que o campo do design viria a se apropriar das noções formais e dos processos e métodos de análise gráfica, tal como o método iconológico empregado pelos historiadores e críticos da arte clássica pertencentes ao Instituto de Warburg.

Assim, buscando compreender a teoria formalista como uma corrente ideológica em particular, iniciamos o primeiro capítulo tendo como base os estudos sobre *iconografia* e *iconologia* abordados pelo historiador de arte Erwin Panofsky¹. A partir de uma análise empírica de um eventual aspecto da vida cotidiana, Panofsky identifica no comportamento social (gestual) alguns significados que, em seguida, viriam a ser transformados para que pudessem ser utilizados como modelo de análise de imagens gráficas a fim de classificar três principais níveis de interpretação: i) a descrição pré-iconográfica: que compreenderia a identificação dos elementos fundamentais da estrutura gráfica, como linha e cor; ii) a análise iconográfica: responsável por estabelecer combinações e relações entre os elementos da imagem com assuntos ou conceitos definidos; iii) a análise iconológica: referida a decodificação final da imagem em sua totalidade, interpretando seus dados com a intenção de identificar e extrair a informação substancial da imagem. Por meio desse método de análise, Panofsky estudou a imagem buscando decifrar a “mensagem” implícita nos elementos gráficos que estruturam a composição. Em outras palavras, diríamos que os iconografistas consideram que as imagens carregam códigos a serem decifrados, e a quebra de um código revelaria a verdadeira essência da imagem, enfim, o seu significado. Por outro lado, em nossa pesquisa tentaremos mostrar que a mensagem real, implícita na composição, estaria na realidade relacionada a um modo de ver específico, ou melhor, a um ponto de vista particular do historiador e a um regime cultural ou, se preferirmos, a uma ideologia. Do mesmo modo, em paralelo aos conceitos abordados por Panofsky a respeito dos três níveis de interpretação, julgamos que nos serviria de forma complementar à pesquisa, apresentar outras formulações formalistas tendo em vista o sistema conceitual denominado “teoria da visualidade pura”², do também historiador de arte Heinrich Wölfflin. Com base nesse método, Wölfflin apresentou um conjunto de leis e regras “científicas”

¹ PANOFSKY, Erwin. *Significado nas Artes Visuais*. São Paulo: Perspectiva S.A., 1976.

² VENTURINI, L. *L'histoire de la critique d'art*. Bruxelles: Editions de la Connaissance, 1938.

composto de cinco pares opostos, buscando estabelecer uma distinção entre a forma clássica, isto é, dentro daquilo que viria a ser considerado pelo historiador como um reflexo da expressão formal tradicional, contraposta à forma anti-clássica ou moderna. Os aspectos formais da imagem variariam restritamente, ao longo do tempo, entre essas duas classificações sem que se fizesse menção a qualquer questão histórica externa. Ou seja, o método de análise seria mantido como algo inerente ao contexto da representação gráfica, de modo a ser encarado como um axioma universal.

Por conseguinte, na segunda etapa do capítulo, submetemos a exame o método iconográfico como ferramenta de análise e produção das imagens, de modo a repensarmos o emprego sistemático do enfoque formalista dentro do campo do design como instrumento “científico” destinado à análise e produção de imagens. Nossa intenção é mostrar que o método aplicado com o objetivo de revelar um significado ou entendimento da composição gráfica, pode comumente incorrer em uma série de equívocos, visto que pode estar condicionado expressamente por uma ideologia particular. Por exemplo, o fato de que os iconografistas costumavam trabalhar com um conjunto de imagens específico, desconsiderando outras imagens que poderiam, igualmente, lhes servir de exemplos de representações gráficas referentes a uma cultura ou a uma época, poderia ser considerado como um descuido interpretativo. Entretanto, poderíamos dizer que a indiferença quanto a uma gama maior de representações gráficas seria realizada de forma intencional, pois os historiadores sabiam de antemão os significados que poderiam encontrar nas imagens do Renascimento.³ Isto é, a análise era realizada de forma homogênea, assumindo um entendimento único e geral sobre uma região ou um período histórico específico (*Zeitgeist*). Ademais, como mostraremos, noções concebidas *a priori* poderiam conduzir os iconografistas a compreensões errôneas, como confundir representações alegóricas com coisas reais, ou ainda, interpretar quadros partindo do pressuposto de que os artesãos do *cinquecento* compartilhavam do mesmo conhecimento filosófico que tinham os literatos humanistas a respeito dos significados simbólicos representados nas obras. Argumentaremos, portanto, sobre a indiferença do enfoque iconográfico em

³ BURKE, Peter. *Testemunha Ocular: História e Imagem*. Bauru: Edusc, 2004.

relação ao contexto social concreto em que os produtores de imagens estavam inseridos ressaltando a importância de empregar sistematicamente esses estudos como ferramenta de análise de imagens tendo em vista suas limitações teóricas.

Todavia, buscando reforçar nossos argumentos embasados pela ideia de pensar a configuração da forma imagética através de razões sociais verificáveis concretamente e que devem ser relativizadas circunstancialmente, comentaremos o modo de produzir, ou ainda, de perceber a imagem (seja ela mental ou material) com base em uma abordagem histórica e social. Nossos esforços concentram-se em compreender a imagem como parte fundamental da nossa história e, sobretudo, do comportamento social coletivo. Por esse motivo, apoiando-nos sobre as abordagens de W. J. T. Mitchell⁴, entre outros estudiosos de imagens, propomos pensar a compreensão de seus aspectos formais, e, por conseguinte os significados e os valores sociais atribuídos às imagens em geral levando em consideração a interferência direta do meio externo no qual a imagem se insere. Do mesmo modo, estabeleceremos uma relação com o nosso objeto de estudo, chamando atenção para os motivos sociais e históricos que se relacionariam diretamente com a configuração formal (gráfica) dos “santinhos”. Julgamos ser de extrema importância entender as regras e convenções gráficas necessárias à apreciação desse material religioso e, principalmente, compreender os motivos que fizeram com que esse artefato gráfico se atrelasse com tamanha força aos nossos laços culturais e tradicionais.

Na sequência, no segundo capítulo desse trabalho, com base na obra *Guerra das Imagens: de Cristóvão Colombo a Blade Runner (1492-2019)*, do historiador Serge Gruzinski⁵, apresentaremos um breve histórico sobre a política de implantação de imagens religiosas durante o período da colonização Ibérica, introduzida pelos espanhóis e utilizadas como instrumento na manutenção dos processos ideológicos e religiosos no México colonial. É preciso dizer que, embora ainda não tenhamos um estudo mais aprofundado sobre os processos

⁴ MITCHELL, W. J. T. *Iconology: image, text, ideology*. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1986.

⁵ GRUZINSKI, Serge. *A Guerra das imagens: de Cristóvão Colombo a Blade Runner (1492-2019)*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

estratégicos da política de imagens religiosas em outros países das Américas, acreditamos que imagens religiosas de igual natureza foram, do mesmo modo, implementadas no Brasil do século XVI por diferentes ordens religiosas, como a Ordem dos Jesuítas e a Ordem Franciscana. Desse modo, faremos um exame dos programas e da política de evangelização através do uso de imagens buscando identificar os valores e os poderes taumatúrgicos que a elas foram atribuídos com o passar do tempo dentro da nossa sociedade, e que atualmente, continuam a permear o imaginário popular. Por isso, falaremos da forma como essas imagens foram aos poucos sendo disseminadas em meio à cultura local aborígine de modo a substituir gradativamente os antigos “ídolos” indígenas, para que em um momento seguinte, pudessem convencer os autóctones do poder profilático conferido às imagens europeias. Isto é, assim como foram empregadas durante a Contrarreforma, as imagens foram muitas vezes utilizadas ao longo da história como uma arma em favor das causas religiosas e da ideologia colonial. Em outras palavras, chamamos a atenção para o uso das imagens como meio de doutrinação política e disseminação de ideias. Faremos menção aos aspectos gráficos das figuras mostrando que parte dessas imagens, que eram fabricadas nas oficinas utilizando-se da complementaridade de textos, eram influenciadas majoritariamente pelos países da Europa setentrional. Com o passar do tempo, o estilo gráfico dessas imagens foi se modificando, permanecendo brevemente no maneirismo até que viesse a se fixar no barroco através de um dos maiores pilares do catolicismo colonial: a Companhia de Jesus. A partir de então, as imagens religiosas passam a estar sempre acompanhadas de textos em latim, pois assim, como se costuma acreditar ainda nos dias de hoje (conforme pesquisa realizada nas principais gráficas das cidades Rio de Janeiro e São Paulo), a combinação indissolúvel entre esses dois elementos – imagem e palavra – corresponderia ao prodígio da divindade exaltada, assegurando o caráter sacro do objeto. Embora tendamos a considerar as imagens como autossuficientes, ou dotadas de maior importância e complexidade comunicativa se comparadas à efetividade da comunicação textual, verificamos entre os fiéis católicos que, na grande maioria das vezes, a oração (o texto) toma tanta importância quanto a imagem propriamente dita no impresso gráfico religioso.

Por último, após comentar o processo de implantação das imagens religiosas e as transformações gráficas pelas quais passaram esses impressos, falaremos diretamente sobre as estampas religiosas dos “santinhos” buscando aproximar a maneira como esses impressos são tratados na nossa cultura, evidenciando um reflexo da política ou, se pudermos chamá-la assim, retórica cristã. Comentaremos sua finalidade documental e representativa de recordar milagres e intervenções divinas, e também as convenções iconográficas que se apresentam como condições gráficas necessárias para o reconhecimento dessas imagens. Assim como qualquer imagem, as estampas religiosas carregam elementos e atributos simbólicos indispensáveis para o entendimento e constatação de seus significados e representações em geral. Nesse caso, é necessário que haja familiaridade com os códigos iconográficos religiosos para que possamos reconhecer o que, ou quem, se representa na figura. Contudo, explicaremos a função social dos “santinhos” para além de um meio de propagação do conhecimento religioso. Por conta da política idolátrica instaurada entre os povos ameríndios, essas estampas, que são impressas na intenção de expressar agradecimentos, são tradicionalmente reconhecidas como artefatos de culto e devoção, capazes produzir feitos extraordinários por meio de forças sobrenaturais.

Destarte, a configuração gráfica das estampas religiosas não estaria de acordo com o modelo acadêmico pseudocientífico legitimado pelo campo do design como o mais adequado em termos de comunicação visual. Em outras palavras, o “santinho” se afastaria do estilo moderno, aquele que serve de modelo para o “bom design”. Na verdade, diríamos inclusive que o “santinho” serviria para a academia como um tipo de representação contrária, ou seja, um exemplo daquilo que não poderia ser feito, ou não deveria ser reproduzido, passando a ser classificado superficialmente como um objeto “brega” ou “cafona”. Para que possamos compreender o motivo pelo qual a configuração antiga ou tradicional das imagens coloniais não é considerada pelo meio acadêmico como um artefato de design gráfico, pelo motivo de não se enquadrar aos pressupostos eruditos praticados pelas instâncias do design, daremos início ao nosso último capítulo analisando de que maneira as tendências entre o par Antigo e Moderno voltam periodicamente a se revitalizar no tempo histórico. No mundo ocidental contemporâneo, costumamos assumir como verdadeira a existência de uma

estrutura gráfica primigênia, imutável, que precederia a configuração de uma peça gráfica e, sobretudo, a percepção visual. Por esse motivo, consideramos necessário verificar a validade dessa premissa, ou seja, se a noção de modernidade, em oposição ao passado ou antigo, poderia de tempos em tempos se instaurar em um momento presente para que pudesse ser aceita como uma verdade inalienável. Isto posto, tendo por base os estudos do historiador Jacques Le Goff⁶, apresentaremos uma nova compreensão histórica dos termos “antigo” e “moderno”, relativizando diferentes interpretações de seus significados de acordo com contextos históricos distintos, pois acreditamos que esse intervalo temporal corresponderia às noções instauradas na conceituação formal dos objetos que são produzidos socialmente, de modo a atender ao acelerado processo de consumo dentro das sociedades industriais. Contudo, questionaremos a necessidade de um redesenho do estilo gráfico ou da configuração dos impressos religiosos visando elevar sua eficiência como um artefato comunicacional, isto é, fruto do design gráfico.

Adiante, comentaremos a variação das produções materiais tendo em vista as variáveis categóricas espaço e tempo. Segundo os escritos de David Harvey⁷, diferentes entendimentos sobre esses conceitos poderiam gerar diferentes produções culturais, ou seja, produções trabalhadas e percebidas de diferentes maneiras. Mostraremos que as práticas humanas, de modo geral, traduzem esses conceitos. Através das produções materiais seríamos capazes de fixar a experiência no tempo e no espaço, podendo assim fundamentar de modo mais adequado uma noção sobre esses conceitos. Portanto, visto que as produções materiais estariam relacionadas diretamente a um contexto determinado, compreenderíamos qualquer produção material como um produto organizacional ou objeto de representação social. Do ponto de vista sociológico, representações sociais são também produtos industriais ou artefatos da cultura material que atendem a uma demanda temporal, historicamente condicionada por um grupo de indivíduos dentro de um contexto social situado. Homologamente, identificaremos a estampa religiosa dos “santinhos” como um objeto determinado pelas práticas

⁶ LE GOFF, Jacques. *História e Memória*. Campinas: Ed. da Unicamp, 1990.

⁷ HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna: Uma Pesquisa sobre as Origens da Mudança Cultural*. São Paulo: Loyola, 2010.

sociais de seu tempo histórico, fabricado para atender a uma demanda de consumo específica de um grupo social. Em oposição ao modelo social padrão de comportamento imposto de forma indireta através dos artefatos gerados pela indústria cultural, os impressos religiosos registram um modo particular de ver e de representar as coisas. Destarte, firmamos a necessidade de entendê-los como um documento histórico, testemunho dos modos de perceber e reproduzir relativos à sua camada social de origem, delimitada circunstancialmente dentro de nossas fronteiras territoriais.

Por último, buscando compreender com maior clareza a forma como se constituem os critérios de valor e julgamento entre as produções erudita e popular, recorreremos a algumas considerações conceituadas por Pierre Bourdieu⁸, com a intenção de analisar como operam as instâncias de legitimação e consagração dos bens simbólicos dentro do campo do design. Comparando-se aos mesmos princípios e regras válidos para os artefatos de representação social, acreditamos que o campo do design erudito seria constituído por meio de uma relação de circularidade entre as instâncias que, por sua vez, sustentariam a permanência de sua atividade, determinando os critérios simbólicos de legitimação. Em oposição ao campo do design popular ou vernacular, o campo do design institucionalizado conservaria sua autonomia e o controle político sobre a legitimidade cultural, restringindo a prática profissional do design para alguns poucos iniciados em vista de um reconhecimento diferenciado. Em outras palavras, argumentaremos que o campo condenaria qualquer tipo de produção cultural ou recurso técnico que não estivesse de acordo com os códigos gráficos institucionalizados por seus agentes. Fazer design de acordo com os moldes acadêmicos corresponderia, portanto, a um reconhecimento diferenciado entre os pares da profissão e suas instâncias de legitimação social. Desse modo, o campo continuaria a corroborar a reprodução de seus bens simbólicos de modo a assegurar o controle pela noção hegemônica, isto é, o conhecimento de base que fundamentaria a atividade profissional formalista como a “ciência” do saber fazer design. No entanto, seria o fato de o campo do design vernacular se estabelecer espontaneamente, com instâncias e agentes de consagração próprios, um motivo válido para reduzirmos suas

⁸ BOURDIEU, Pierre. *A Economia das Trocas Simbólicas*. Introdução, Organização e Seleção Sergio Miceli. São Paulo: Perspectiva, 2007.

produções a meros artifícios gráficos? Estaria o controle sobre a noção hegemônica condicionado estritamente por um conhecimento “científico” a respeito de uma lógica interna comum para todas as peças gráficas?

Como objetivo decisivo dessa pesquisa, ensejamos trazer uma colaboração para o campo do design, de modo a gerar uma reflexão sobre a vasta propagação e reprodução dos mesmos valores e códigos gráficos consagrados pelas instâncias e disseminados para o grande público como verdades inalienáveis. Diferentemente da maioria dos trabalhos desenvolvidos nessa área, que costumam referir-se somente aos aspectos técnicos e estéticos da forma, esta pesquisa procura suscitar uma discussão a respeito dos fundamentos epistemológicos que definiriam os processos comunicacionais dessa atividade. Acreditamos que, assim como o modelo de representação acadêmico, os “santinhos” são produções materiais dotadas de características visuais e simbólicas específicas que refletem um ponto de vista particular da realidade. Por isso, nesse trabalho situaremos a forma gráfica como representação social da cultura, resultante do contexto social de sua produção e de seu consumo. Não temos a pretensão de apresentar nesse trabalho uma caracterização, muito menos uma fórmula definitiva sobre a estética erudita ou tradicional. Contudo, gostaríamos de desenvolver uma análise crítica sobre o que estaria direta ou indiretamente relacionado ao caráter visual e comunicacional de um determinado artefato gráfico. Isto é, além do caráter propriamente formal e estético do objeto.