

No Ordinary Love: O papel do perceptor na midialidade

No Ordinary Love: The role of the perceiver in mediality

Ana Luiza Ramazzina-Ghirardi

Universidade Federal de São Paulo – São Paulo – Brasil



Resumo: Este artigo discute a relação tríade produtor/mídia/receptor desde o ponto de vista dos estudos da intermedialidade. Para isso, apresenta, em um primeiro momento, considerações sobre a produção e recepção de produtos compostos unicamente de linguagem verbal nos estudos sobre a leitura. A hipótese é de que configurações midiáticas compostas de diferentes modais solicitam de um *multireceptor* uma ativação sofisticada de diferentes processos cognitivos no momento da midialidade. O artigo é ilustrado pela análise das dinâmicas de produção e recepção de obras visuais, nomeadamente pinturas de Édouard Manet e Salman Toor. A referência teórica sobre a leitura se ancora em Vincent Jouve (2002), Wolfgang Iser (1996), Umberto Eco (1984, 2018); para os estudos da intermedialidade Claude Paul (2015), Irina Rajewsky (2012), Lars Elleström (2017, 2019, 2021).

Palavras-chave: Intermedialidade. Midialidade. Produtor. Receptor. Mídia. *No Ordinary Love*.

Abstract: This paper discusses the relation producer/media/receiver from the viewpoint of intermedial studies. It starts by presenting an overview of the role of the reader in the context of exclusively verbal texts, in general, and literary texts, in particular. The hypothesis is that mediatic configurations comprising different modals require a multireceiver apt to perform sophisticated cognitive process at the moment of mediality. The argument is illustrated by the analysis of the production and reception dynamics of visual works, namely paintings by Édouard Manet and Salman Toor. The theoretical framework is provided by the works of Vincent Jouve (2002), Wolfgang Iser (1996) and Umberto Eco (1984, 2018) on reading; and by the works Claude Paul (2015), Irina Rajewsky (2012), Lars Elleström (2017, 2019, 2021) on intermedial studies.

Keywords: Intermediality. Mediality. Producer. Receiver. Media. *No Ordinary Love*.

1 Considerações iniciais

Todo significado é o produto de uma mente que interpreta e atribui sentido a estados de coisas, ações, ocorrência e artefatos. (Elleström, 2017, p.69)

A produção e recepção de diferentes modalidades de configurações midiáticas que têm por base as imagens representam atualmente tema central para pesquisadores na área da intermidialidade. A comunicação por meio de imagens, e por meio da articulação de diferentes modos¹ de uma mídia², tem avançado dia a dia. A complexidade e a sofisticação das obras produzidas por esse meio têm exigido, para sua compreensão, que os receptores articulem e ampliem, cada vez, mais seu repertório midiático.

As investigações sobre esse processo têm como um de seus eixos centrais o trabalho de Lars Elleström, para quem a ideia, o significado – em seus termos o “valor cognitivo”, expressão que ele cunha “para se referir àquelas configurações mentais que entram e saem na comunicação” (ELLESTRÖM, 2017, p.29) – dependem essencialmente da interação dos repertórios midiáticos de produtores e receptores.

Essa dinâmica de produção/recepção foi e continua sendo também pauta em pesquisas que centram em produtos de mídia compostos unicamente pela linguagem verbal. As modificações no processo de escrita, vinculadas à sucessão, ao longo da história, das diferentes mídias e suportes por meio dos quais ele se realizava, assim como as diferentes dinâmicas que essas mudanças determinavam para o funcionamento do texto verbal em contextos sociais específicos, solicitaram dos pesquisadores uma atenção particular às condições específicas em que esses textos são produzidos, recebidos e significados. Esse esforço de compreensão dos modos de funcionamento dos textos verbais está na raiz de correntes teóricas de enorme relevância para o debate

¹Segundo Elleström, “*modos de modalidades de mídias* (ou, simplesmente, *modos de mídias ou modos de modalidades*) são os traços básicos das mídias (ELLESTRÖM, 2021, p.76, itálico do autor).

²O artigo adota a ideia de Elleström de que “[u]ma mídia deve ser entendida de forma ampla como o estágio intermediário da comunicação [...] não somente aquelas usadas para fins práticos, mas também para os artísticos” (ELLESTRÖM, 2017, p.17).

contemporâneo sobre a recepção, notadamente aquelas centradas no leitor, na textura aberta da comunicação escrita e na polissemia das obras literárias.

O referencial teórico construído a partir da linguagem verbal, contudo, mostra-se insuficiente para dar conta de todas as formas de significação inscritas nos diferentes modos que compõem produtos de mídia fundados predominantemente na imagem, no som ou em ambos. As diferenças entre as linguagens, tematizadas e reconhecidas como profundas desde o *ut pictura poesis* horaciano³, se tornaram plausivelmente mais agudas no mundo contemporâneo, uma vez que as novas mídias não verbais se apresentam com uma diversidade ilimitada de produção de novos signos exigindo do receptor processos cognitivos cada vez mais sofisticados.

Não obstante essas diferenças – ou, talvez mesmo, por causa delas - e das limitações existentes para o transporte de postulados sobre a decodificação de textos verbais para a análise de mídias visuais, conexões importantes podem ser estabelecidas entre as dinâmicas de recepção em um e outro campo. Essas conexões podem se mostrar muito produtivas para refinar a capacidade de compreensão das relações produtor/mídia/receptor que se estabelecem no contexto das mídias visuais.

Por essa razão, as pesquisas que, antes, eram direcionadas apenas ao papel do autor e do leitor no contexto da mídia verbal, encontram agora uma nova realidade em que produtor e receptor interagem com base em uma multiplicidade enorme de mídias e suas respectivas linguagens e combinações. Essa nova configuração merece ser considerada para compreender as dinâmicas de comunicação que as diferentes mídias buscam estabelecer entre si.

Este artigo busca compreender a nova relação que se estabelece na comunicação entre produtor, configurações midiáticas e receptor, levando em consideração a fusão de diferentes modos que

³Pascal Krajewski, « *Pictura aut poesis : histoires d'hybridations et de remédiations* », *Nouveaux cahiers de Marge* [Online], 2 | 2020, Online since 14 octobre 2020, connection on 28 septembre 2023. URL: <https://publications-prairial.fr/marge/index.php?id=312>

caracterizam as mídias. A primeira seção apresenta considerações sobre o papel do autor e do leitor em textos de linguagem verbal. A segunda examina o produtor e o receptor das mídias desde a perspectiva do modelo de comunicação centralizado na mídia elaborado por Elleström (2017, 2021). Para ilustrar o argumento aqui desenvolvido, a terceira seção apresenta a obra de Salman Toor desde a perspectiva da produção/recepção. O artigo se encerra com breves considerações finais.

2 Autor, leitor, narrador, narratário

O sentido do texto é apenas imaginável, pois ele não é dado explicitamente; em consequência, apenas na consciência imaginativa do receptor se atualizará. (ISER, 1996, p.75)

O papel do autor e do leitor, sobretudo no funcionamento das narrativas literárias, tem sido um tema onipresente nas reflexões sobre os textos verbais. No que concerne ao autor, a ideia romântica de que ele era soberano em relação à sua obra vem sendo há muito tempo problematizada, a ponto de ser hoje considerada obsoleta dentro dos estudos literários⁴. Um dos momentos fundamentais da desconstrução da centralidade do autor – entendido como sujeito biográfico – para a compreensão da narrativa literária se deu a partir de um texto de Marcel Proust, que se tornou um marco nos estudos de literatura.

Em seu ensaio *Contra Sainte-Beuve*, (escrito entre 1908 e 1909, mas só publicado em 1954), Proust se opõe enfaticamente ao método daquele crítico, um dos mais prestigiados do século XIX na França. Sainte-Beuve, como se sabe, preconizava que para entender uma obra era preciso conhecer a fundo a vida de seu autor. Proust entende que esse postulado esteja fundamentalmente errado uma vez que

[...] esse método desconhece o que um convívio pouco profundo consigo mesmo nos ensina: que um livro é o produto de um outro eu, que não é aquele que

⁴Cf. HANSEN, João A. *Autor* in Jobim José Luis. *Palavras Da Crítica : Tendências E Conceitos No Estudo Da Literatura*. Rio de Janeiro RJ: Imago; 1992, p.11-43.

manifestamos em nossos hábitos, na sociedade, em nossos vícios. Esse eu, se o quisermos compreender, é no fundo de nós mesmos, tentando recriá-lo em nós, que podemos conseguir fazê-lo. (PROUST, 2021, p.40)

Proust acredita que uma obra é composta por uma entidade mais profunda, um “eu criador” que não se confunde com o autor biográfico, o “eu social”. Ele postula, assim, a uma separação do papel do autor e do narrador, um apagamento em relação à relevância de sua vida na concepção de sua narrativa literária.

Ao analisar a relação entre autor, obra e leitor, Gérard Genette propõe o termo “narratário” para designar uma entidade que não se confunde com o leitor assim como o narrador não se confunde com o autor da obra⁵. No início do século XXI, Vincent Jouve incorpora e expande esse conceito de Genette. Ele classifica três tipos de narratário: 1) o narratário-personagem, “aquele que desempenha um papel na história”; 2) o narratário-interpelado, que é o “leitor anônimo, sem verdadeira identidade, interpelado pelo narrador durante a narrativa” 3) o narratário oculto, que “não é descrito, nem nomeado, mas implicitamente presente pelo saber e pelos valores que o narrador supõe no destinatário de seu texto” (JOUVE, 2002, p.41-42).

Vincent Jouve observa essa transformação da mudança de papel do autor e sua consolidação como ponto de vista hegemônico nos estudos sobre literatura:

No que concerne ao emissor, doravante é conhecida a distinção entre a instância produtora na origem do texto, o “autor”, e a instância textual que assume a enunciação, o “narrador”. Aquele que “escreve” não é aquele que “conta”. (JOUVE, 2002, p.35)

Essa transformação radical no sentido de autor e de seu papel determinou, necessariamente, modificações igualmente profundas no modo de se compreender o lugar do leitor em relação à obra literária. Ele evolui de um destinatário passivo para um

⁵Como o narrador, o narratário é um dos elementos da situação narrativa, e ele se coloca necessariamente no mesmo nível diegético; isso significa que não se confunde *a priori* com o leitor (mesmo virtual), assim como o narrador não se confunde necessariamente com o autor (GENETTE, 1972, p. 265 *apud* JOUVE, 2002, p.39).

receptor ativo e proficiente, capaz de interferir e colaborar com o texto que lê⁶. Ele irá produzir, a partir da textura aberta que é constitutiva do literário, hipóteses de sentido que o texto autoriza mas não impõe.

Um exemplo desse papel ativo do leitor é dado pela pergunta recorrente: “Capitu traiu ou não Bentinho?”, e as diferentes respostas e reverberações que conheceu ao longo do tempo⁷. *Dom Casmurro* (1899), narrado pelo personagem Bentinho, deixa em aberto o fato crucial da suposta traição, que não é confirmada nem negada, mas sim baseada em suspeitas do narrador. Machado de Assis, com o poder de sua pena, tece uma narrativa permeada de interstícios possíveis de serem preenchidos pelo seu leitor, que tornam a narrativa fascinante.

Esse clássico de Machado de Assis ilustra a proposição de Vincent Jouve de que “mediante o que diz e do modo como diz, um texto supõe sempre um tipo de leitor – um “narratário” – relativamente definido” (JOUVE, 2002, p.36). Para o pesquisador, tanto a função de narrador como a de narratário só existem a partir de uma narrativa e são por ela constituídas: “é apenas a soma dos signos que o constroem” (idem, p.36).

Jouve usa a expressão “máscaras do leitor” para elencar o modo como o narratário interage com uma narrativa. O leitor pode ser percebido como a) um “indivíduo concreto”, b) alguém que pertence a um público social específico que vai ler a história no decorrer da existência da obra e c) “uma figura virtual: o destinatário implícito para o qual o discurso se dirige” (JOUVE, 2002, p.37).

As observações de Jouve manifestam uma perspectiva crítica que, conforme se apontou acima, teve uma de suas primeiras manifestações no libelo de Proust, e se tornou central nos estudos literários a partir de trabalhos de autores como Rolan Barthes (*A morte do autor*, 1967) e Umberto Eco (*Lector in fabula*, 1979).

⁶Neste artigo, foram selecionados para discussão dessa temática os trabalhos de Vincent Jouve (2002), Umberto Eco (1984, 2018) e Wolfgang Iser (1996).

⁷GUIMARÃES, Hélio de Seixas. “Helen Caldwell, Cecil Hemley e os julgamentos de Dom Casmurro” in *Machado de Assis em linha*. 2019:113-141. doi:10.1590/1983-682120191227

Umberto Eco dedica centralidade a essa ressignificação do papel do leitor, o destinatário do texto verbal, conforme se vê, por exemplo, em seu clássico *Lector in fabula* (1979). Eco acredita que, ao realizar uma leitura, o leitor deve “atualizar” o texto, cooperando com o significado final da mensagem apresentada.

“Não-dito” significa não manifestado em superfície, a nível de expressão: mas é justamente este não-dito que tem de ser atualizado a nível de atualização de conteúdo. E para este propósito um texto, de uma forma ainda mais decisiva do que qualquer outra mensagem, requer movimentos cooperativos, conscientes e ativos da parte do leitor. (ECO, 2018, p.36)

Segundo Eco, quando lemos um texto, encontramos um produto “entremeado de espaços brancos, de interstícios a serem preenchidos”. Para o pesquisador, o autor do texto, quando da sua elaboração, prevê a parte colaborativa do leitor. Eco propõe que o “texto é um mecanismo preguiçoso (ou econômico) que vive da valorização de sentido que o destinatário ali introduziu”, que “quer deixar ao leitor a iniciativa interpretativa.” Eco sintetiza seu ponto afirmando que “[t]odo texto quer que alguém o ajude a funcionar” (ECO, 2018, p.37).

Nesse sentido, Eco indica que, ao esperar do leitor a completude do significado, o autor vê no destinatário uma condição *sine qua non* para a concretização da comunicação e significação do texto. Assim, Eco propõe a ideia do “leitor-modelo”, alguém “capaz de cooperar para a atualização textual como ele, o autor, pensava, e de movimentar-se interpretativamente conforme ele se movimentou gerativamente” (ECO, 2018, p.39).

Todo esse referencial crítico tinha por base, como também já frisamos acima, o texto verbal e, marcadamente, o texto literário. Na sociedade contemporânea, esse tipo de texto vai, paulatinamente, perdendo sua centralidade como forma de comunicação social. Com a diversidade da possibilidade de modos de configurações midiáticas, os contemporâneos se veem diante não apenas de textos em linguagem verbal mas também de textos

erigidos a partir de configurações midiáticas carregadas de mensagens compostas por diferentes formas de linguagem e signos.

3 Para além da linguagem verbal: produtor, perceptor, mente do produtor, mente do perceptor

A mente do perceptor age sobre o produto de mídia percebido com base em suas capacidades cognitivas programadas e em suas predisposições obtidas. (Elleström, 2021, p.45)

Sabina Fontana (2009) sustenta que o novo contexto da comunicação imprime um caráter multimodal à dinâmica de produção e funcionamento textuais: “[o] uso concomitante de mais canais comunicativos e de índices como o gesto, a expressão facial, a postura, a direção do olhar e a proxêmica, torna a comunicação multimodal” (FONTANA, 2009, p.15, tradução nossa)⁸.

Nem é preciso frisar que diferentes receptores, quando expostos a uma mídia com diferentes linguagens e signos, podem apresentar pontos convergentes e divergentes em sua recepção. Segundo Irina Rajewsky,

[...] o emprego de estratégias intermediáticas traz à baila o impulso mesmo de determinarmos limites para as mídias – que o receptor, ao se deparar com uma mídia e/ou outra, acessa uma série de conhecimentos que vai lhe permitir identificar uma manifestação midiática específica. (RAJEWSKY, 2012, p.65)

Deste modo, importa perceber que o contato com uma mídia desencadeia em seu receptor funções cognitivas que o levam a assumir um papel de colaboração – papel que faz parte do horizonte de ação do produtor – ao ativar seu repertório de “modelos midiáticos”. Esses modelos armazenados, segundo Rajewsky, “podem sofrer mudança e desarticulação por conta da própria encenação midiática” (Rajewsky, 2012, p.67), o que torna ainda

⁸“L’uso concomitante di più canali comunicativi e di indici come il gesto, l’espressione facciale, la postura, la direzione dello sguardo e la prossemica, rende la comunicazione multimodale” (FONTANA, 2009, p.15).

mais desafiadora a análise dos processos de recepção nesse contexto.

Assim, quando uma mídia qualificada se materializa, o modo pelo qual ela é percebida, ativa na mente receptora várias funções que fazem evoluir sua percepção a partir de modelos anteriormente armazenados. Ainda segundo Rajewsky, “[...] a prática de configurações intermediáticas [...] baseia-se na possibilidade de evocar, num receptor, aqueles modelos midiáticos específicos que lhe vem à mente” (RAJEWSKY, 2012, p.66).

O conceito de modelos midiáticos remete, como sugerido acima, à teoria de Eco (1984) sobre linguagem verbal e o que ele denomina “conhecimento enciclopédico”, o “conhecimento de fundo (*background knowledge*)”⁹. Segundo o autor

[...] faz parte da pragmática a suposição, da parte de quem fala, que quem ouve já saiba muitas outras coisas, ditas antes de essa expressão-mensagem ser emitida. E diz respeito à pragmática o fato de estarem – quem ouve, ou quem fala – dispostos a aceitar, ou a não aceitar, este conhecimento de fundo. (ECO, 1984, p.16)

Pode-se pensar na proposta teórica de modelos midiáticos como ampliação do conceito de Eco. O conhecimento de fundo se transforma em repertório de modelos midiáticos, isto é, ele representa toda a reserva sensorial que o receptor acumulou ao longo da vida através dos cinco sentidos (visão, audição, paladar, olfato e tato). Ao entrar em contato com uma mídia com diferentes modos em suas modalidades, essa reserva é ativada de modo que o receptor consiga reconhecer não apenas textos verbais anteriores, mas imagens, sons, aromas, sabores etc. O receptor se transforma aqui em um *multireceptor*¹⁰.

⁹Segundo Umberto Eco (1984), o “conhecimento de fundo” que ele denomina “conceito de enciclopédia” faz parte do repertório do falante/ouvinte que acumula vários saberes antes mesmo de uma “expressão-mensagem ser emitida” (ECO, 1984, p.16).

¹⁰Jean-François Boutin em *De la paralittérature à la littérature médiatique multimodale*, introduz o termo “multitexto” para se referir a HQ por ela possuir um sistema que solicita uma “múltipla decodificação, uma múltipla compreensão e, idealmente, uma múltipla integração” (BOUTIN, 2012, p.40). A partir desta sugestão terminológica, sugiro aqui o termo “multireceptor” para nomear o receptor de mídias que têm em seu interior diferentes modos.

Em processos intermediários, fronteiras midiáticas são cruzadas para a concretização de uma nova mídia que será compreendida a partir do repertório de modelos midiáticos do receptor. Elleström observa que

[...] não se trata de experiências ou ideias que resultam de ação signífica na qual o objeto se torna envolvido, mas de pré-requisitos para esta ação signífica específica. A experiência colateral é necessária para estabelecer uma conexão com o objeto: é a informação prévia, pode-se dizer, que é necessária para apreender o objeto (2017, p.112).

Do mesmo modo que Eco prevê um leitor-modelo que “[move] o texto de modo a construí-lo” (ECO, 2018, p.40), no campo da midialidade, é possível prever um receptor-modelo que participa ativamente da produção de sentidos. É ele quem vai [re]construir a mídia, [re]significar o seu valor cognitivo e concretizar a comunicação. Contudo, ainda segundo Eco, “alguns limites são estabelecidos e [...] a noção de interpretação sempre envolve uma dialética entre estratégia do autor e resposta do Leitor-Modelo” (ECO, 2018, p.43).

Na recepção leitora o “[l]eitor-Modelo constitui um conjunto de condições de êxito, textualmente estabelecidas, que devem ser satisfeitas para que um texto seja plenamente atualizado no seu conteúdo potencial” (ECO, 2018, p.45), e o mesmo pode ser esperado do receptor-modelo. Ainda que um produto de mídia seja aberto a diferentes interpretações, há um campo de expectativas que deve ser preenchido para a atualização do valor cognitivo multimodal que ele transfere.

Claude Paul (2015) também reflete sobre esse papel ativo e fundamental do receptor com seu “horizonte de expectativa”, ao pensar no fenômeno intermediário e sua recepção:

[...] o fenômeno intermediário é um fenômeno profundamente cultural e isso, em dois níveis: no nível do emissor, do artista que vai usar diferentes mídias, mas também no nível do receptor, do espectador ou do observador que ‘vai ao encontro’ de uma obra com seu próprio horizonte de expectativa, suas próprias

categorias midiáticas e sensoriais e suas próprias tradições artísticas. (PAUL, 2015, p.17, tradução nossa)¹¹

Desde essa perspectiva, a função do receptor é ponto de destaque na relação de comunicação. No campo da midialidade, essa prevalência do receptor no processo de comunicação pode ser atestada pelo prestígio, entre os pesquisadores do campo, do modelo de comunicação centralizado na mídia formulado por Lars Elleström. Para o pesquisador, a mídia transita entre dois pontos separados para que a relação triádica da comunicação se realize: a mente do produtor e a mente do receptor. Elleström sugere “mente do receptor para se referir aos lugares mentais em que o valor cognitivo aparece” (ELLESTRÖM, 2021, p.25). Desse modo, a partir do valor cognitivo elaborado, o receptor articula um novo significado.

Como observa Elleström, a produção e a recepção de uma mídia estão fortemente ligadas à comunicação que pode ser estabelecida entre as mentes humanas. A mente produtora idealiza e transfere para o produto de mídia configurações mentais para estabelecer uma nova comunicação. Importa lembrar, entretanto, que quando a comunicação se materializa, aquilo que o autor da mídia idealizou não se torna realidade *ipsis litteris* na mente do receptor. A reserva midiática de cada receptor colabora para a elaboração de sentido do valor cognitivo. Elleström observa que “[...] após a transferência comunicativa, existem configurações na mente do receptor que são pelo menos remotamente semelhante às da mente do produtor” (2017, p.30). O pesquisador aponta que uma mesma narrativa em uma mídia pode ser percebida como inédita ou como uma história reconhecida em outra mídia.

No momento em que se materializa, a mídia, apenas com seus elementos constitutivos, já tem o valor cognitivo elaborado por seu produtor renovado a partir do ambiente em que nasce e dos referências

¹¹No original: « [...] le phénomène intermédiaire est un phénomène profondément culturel et ce, à deux niveaux: au niveau de l'émetteur, de l'artiste qui va user de différents média, mais aussi au niveau du récepteur, du spectateur ou de l'observateur qui 'va à la rencontre' d'une œuvre avec son propre horizon d'attente, ses propres catégories médiales et sensorielles et ses propres traditions artistiques » (PAUL, 2015, p.17).

que a circundam. Esta ação antecede o modo como o perceptor vai compreender a mídia:

Os objetos emergem de percepções, sensações e noções anteriores que são armazenadas na mente do perceptor, na memória de longo ou curto prazo, que também pode envolver a comunicação em andamento. “Anteriormente” poderia ser há um século ou há uma fração de segundo. (ELLESTRÖM, 2021, p.46)

Ao pensar na recepção dos produtos de mídia, Elleström (2021, p.47) divide a mente do perceptor em dois domínios, o “intracomunicacional” e o “extracomunicacional”. O domínio extracomunicacional é um reservatório (de memórias, acontecimentos etc.) representado pela “área em segundo plano na mente do perceptor dos produtos de mídia” (idem p.47), ou seja, tudo aquilo que o perceptor conheceu, vivenciou, processou ao longo da vida e armazenou em sua mente desde experiências objetivas até as mais subjetivas.

O domínio intracomunicacional representa o primeiro plano da mente do perceptor, “é formado pela percepção e interpretação dos produtos de mídia presentes no ato da comunicação em progresso” (ELLESTRÖM, 2021, p.48). Segundo Elleström, o domínio intracomunicacional existe em uma esfera virtual, “algo que tem potencial para ter conexões reais com o domínio extracomunicacional” (ELLESTRÖM, 2021, p.48). A associação dos dois domínios no momento da comunicação “resulta em interpretantes que constituem um importante valor cognitivo na mente do perceptor” (idem, p.48).

Ainda que os dois domínios sejam cruciais para que o perceptor compreenda os traços do produto de mídia e os interprete, formando o seu valor cognitivo, é importante que o perceptor elabore em sua mente a concretização da mídia e incorpore a ela novos valores. Essa presentificação interior afasta o receptor do tempo e do espaço real em que a mídia se revela e cria um ambiente virtual em sua mente que elabora o sentido final.

Ao elaborar essa presença do produto de mídia, o perceptor produz efetivamente a comunicação, visto que é sua experiência anterior e a

maneira como interpreta a mídia que estabelecerá o modo como a sua mente se conectou com a do produtor. Segundo Iser, “[...] os pensamentos de um outro só se deixam formular em nossa consciência se a espontaneidade mobilizada em nós pelo texto ganhar uma forma” (ISER, 1996b, p.92).

Nessa presentificação do produto de mídia na mente do perceptor, o que o receptor armazenou de experiência e de conhecimento ao longo da vida se transforma em uma reserva midiática à sua disposição – consciente ou inconscientemente – que é ativada durante a *representação*¹² (ELLESTRÖM, 2021, p.65). No momento da interação entre produto de mídia e perceptor, o domínio extracomunicacional contribui para que a realização do sentido da nova mídia se concretize.

Esse processo tem características específicas quando se dá em torno de objetos imagéticos. Régis Debray (1992), em *Vie et mort de l'image: une histoire du regard en Occident*, destaca que

[a] imagem é simbólica mas ela não possui as propriedades semânticas da língua: é a infância do signo. Esta originalidade lhe dá um poder de transmissão sem igual. A imagem faz bem porque ela faz ligação. Mas sem comunidade, não há vitalidade simbólica. A privatização do olhar moderno é para o universo das imagens um fator de anemia¹³. (DEBRAY, 1992, p.44, tradução nossa)

Debray enfatiza a importância da imagem e de seu significado a partir da sua potencialidade significativa em uma sociedade que vê e compreende os signos a partir de um repertório fundamentalmente comum. A imagem ganha valores a partir da linguagem que circula em sociedade. Esse repertório comum é composto de diferentes camadas e permite reconfigurações infinitas. É nesse jogo de ressignificação infundável que se dá cada gesto de

¹²Elleström indica que “[r]epresentação é um fenômeno semiótico que deve ser entendido como o cerne da significação que eu delimito à forma como os humanos criam valor cognitivo na comunicação” (ELLESTRÖM, 2021, p.65).

¹³No original: “L'image est symbolique mais elle n'a pas les propriétés sémantiques de la langue: c'est l'enfance du signe. Cette originalité lui donne une puissance de transmission sans égal. L'image fait du bien parce qu'elle fait lien. Mais sans communauté, pas de vitalité symbolique. La privatisation du regard moderne est pour l'univers des images un facteur d'anémie” (DEBRAY, 1992, p.44).

produção e de recepção que, dialeticamente, transformam o próprio sentido do repertório de que participam¹⁴.

Por meio da análise da obra do artista paquistanês-estadunidense Salman Toor, a próxima seção oferece uma ilustração dessa premissa, explorando os modos como uma mídia visual – a pintura – é recebida e interpretada no contexto específico de cada comunidade em que se dá a recepção.

4 Ativação de repertório como estratégia criativa: camadas de sentido na obra de Salman Toor

Quando algo representa, esse algo evoca algo a mais; a entidade representativa se torna alguma outra coisa – o representado – presente na mente. (ELLESTRÖM, 2021, p.65)

Para iluminar as dinâmicas que se colocam em movimento quando da recepção de obras visuais, essa seção examina a retomada visual, por Salman Toor, do trabalho de Édouard Manet. Esses dois grandes artistas, conquanto distantes no tempo e no espaço, partem de uma mesma premissa para criar um “valor cognitivo” para sua obra. Analisam-se aqui as formas pelas quais a mente do perceptor, através dos “domínios intracomunicacional e extracomunicacional”, pode agir para a completude da significação do valor cognitivo elaborado pelo produtor.

O primeiro desses artistas, Édouard Manet, causou escândalo quando apresentou *Le Déjeuner sur l'herbe* (1862). A obra (figura 1), recusada pelo Salão de Paris de 1863, – a forma pela qual o pintor configura a nudez da personagem feminina mostrou-se inaceitável para os padrões morais hegemônicos à época – é exposta no “Salão dos Recusados” no mesmo ano. O pintor declara abertamente que sua obra busca inspiração com retomadas e imitações de

duas obras anteriores. Manet é um dos primeiros artistas que deixa pública essa retomada¹⁵.

Figura 1: *Le Déjeuner sur l'herbe* (Édouard Manet, 1862). Fonte: <https://www.musee-orsay.fr/fr/oeuvres/le-dejeuner-sur-lherbe-904>.



Manet propõe uma releitura do *Concerto campestre* (1509, figura 2), do pintor renascentista Ticiano¹⁶, ao recuperar o motivo figurativo: uma cena bucólica e campestre. Há uma descontextualização e em seguida uma recontextualização da cena retomada.

Figura 2: *Concerto Campestre* (Ticiano, 1509). Fonte: <https://collections.louvre.fr/ark:/53355/cl010062281>.



¹⁴Esse ponto foi levantado, de forma pioneira, por T.S.Eliot em Eliot TS. *What Is a Classic? Tradition and the Individual Talent*. [1. Aufl.] ed. Kiel: Lipsius & Tischer; 1950.

¹⁵Disponível em: <https://www.musee-orsay.fr/fr/oeuvres/le-dejeuner-sur-lherbe-904>. Acesso em 25 jul. 2023.

¹⁶Disponível em: <https://collections.louvre.fr/ark:/53355/cl010062281>. Acesso em 08 set. 2023

Além da pintura de Ticiano, *Le Déjeuner sur l'herbe* encontra outra fonte de inspiração na gravura *Julgamento de Páris* (1571/1520), de Marcantonio Raimondioutra¹⁷. Neste caso, Manet propõe uma citação visual (RAMAZZINA-GHIRARDI, 2022). Ele faz um recorte e uma retomada da pausa do trio de personagens que se encontra no canto inferior direito da gravura (figura 3): a posição dos personagens é recuperada mas há uma atualização ao apresentar as figuras masculinas vestidas. O artista replica a nudez feminina e desloca a cena para o centro do seu quadro. O corpo nu da mulher reforça a ideia da figura citada, ao mesmo tempo em que a reconfiguração por meio dos trajes masculinos ressignifica a obra de origem.

Figura 3: *Julgamento de Páris* (Marcantonio Raimondioutra, 1571/1520). Fonte: <https://collections.louvre.fr/ark:/53355/cl020519264>



A obra de Manet representa uma nova forma de compreender a pintura e também de se relacionar com seu público receptor. O artista declara que sua pintura ressignifica obras clássicas e leva o receptor a identificar um modelo conhecido e respeitado à época. Dessa forma, ele propõe uma forma de composição que revela uma nova proposta de arte, criando uma relação inédita entre público e arte, presente e passado. As duas obras retomadas agem sobre o público receptor que, com sua resposta, pode validar seu novo modo de pintura.

¹⁷Disponível em: <https://collections.louvre.fr/ark:/53355/cl020519264> Acesso em 10 set. 2023.

Quase dois séculos depois, um artista estadunidense de origem paquistanesa, Salman Toor, retoma a estratégia de Manet. Desta vez, a fonte de inspiração vem da obra do próprio Manet. Sua exposição *No Ordinary Love*, realizada no Museu de Arte de Baltimore (EUA), dialoga direta e constantemente com diferentes trabalhos do mestre francês¹⁸.

Em *Lazy Boy with Cake* (2022)¹⁹, por exemplo, Toor arrebatava o receptor com uma cena que se revela ao mesmo tempo banal e impactante: roupas esparramadas pelo chão indicam uma temporalidade recente em relação à nudez de um jovem largado sobre um sofá, tendo um prato de pizza sobre o ventre, um controle remoto ao lado e um laptop à sua frente (figura 4). Ainda que a cena apresente um espaço interior, talvez uma sala, as roupas espalhadas e um cinto colocado sobre o braço do sofá remetem ao mundo exterior e à relação do personagem com a sociedade em que vive, bem como ao modo como nela transita e se apresenta.

A representação (entendida aqui no sentido que lhe dá Elleström, cf. nota 10) da cena se estabelece desde a mediação pictural – material, sensorial e espaçotemporal – que revela uma cena cotidiana, com a qual qualquer receptor poderia se identificar. Predomina na tela o uso de diferentes nuances de marrom e a posição horizontal do rapaz com os braços abertos. É na fisionomia do personagem, contudo, que se revela uma certa indiferença ao cenário em que se encontra, como se o mundo do qual faz parte não pudesse lhe provocar nenhuma reação. O jovem está prostrado, alheio ao que ficou no exterior – a forma pela qual o artista articulou as dimensões espaço e tempo realiza esse valor cognitivo.

Ao analisar essa pintura, Asma Naeem observa que “[a] gravidade e sua ação constante – os braços abertos, as roupas e o livro pelo chão, o fio do laptop – imprimem à obra um movimento para baixo,

¹⁸A exposição deu origem ao livro TOOR, Salman. *No Ordinary Love*. Nova York: Gregory R. Miller & Co., 2022.

¹⁹Salman Toor, *Lazy Boy with Cake*, 2022. Oil on panel. 11 7/8 x 30 inches (30,2 x 76,2 cm). © Salman Toor; Courtesy of the artist and Luhring Augustine, New York.

como se o corpo fosse ser engolido pelo sofá²⁰ (NAEEM, 2022, p.20).

Figura 4: *Lazy Boy with Cake* (Salman Toor, 2022).

Fonte: © Salman Toor; Courtesy of the artist and Luhring Augustine, New York.



Nessa obra, pode-se constatar a retomada programática que Toor realiza da obra de Manet *The Dead Toreador* (1864)²¹. Originalmente, a figura do toreador largado horizontalmente no chão com o braço estendido (figura 5) fazia parte de uma tela maior, *Incident in the Bull Ring*²². A cor rosa apresenta nuances entremeados ao predominante marrom. Algumas estratégias da tela de Toor remetem à obra de Manet: a posição horizontal do personagem, o braço estendido, o uso majoritário do marrom, a cor rosa que se repete no sofá de *Lazy Boy* e no lenço do toreador e o isolamento do personagem que sugere um cenário maior daquele em que se encontra.

Figura 5: *The Dead Toreador* (Édouard Manet, 1864).

Fonte: <https://www.nga.gov/collection/art-object-page.1179.html>



Salman Toor, um paquistanês-estadunidense que se declara queer e que escolheu os Estados Unidos como residência, através de sua pintura traz temas polêmicos para o público receptor. Segundo Naeem, o artista apresenta “a fragmentação e reimaginação da história como um projeto necessário para a autodeterminação, uma futuridade americana marrom que resiste à assimilação total à cultura americana”²³ (NAEEM, 2022, p.20).

Ao explicitar seu projeto de retomada da obra de um pintor consagrado, Toor repete a prática de Manet dois séculos antes, associando sua obra àquela perspectiva teórica. Manet utiliza autores e obras consagrados para romper com padrões estéticos à sua época e fortalecer um novo estilo de arte, reprovado até então.

A retomada da obra de Manet traz para o perceptor contemporâneo de Toor questões importantes de compreensão da totalidade de significado ligadas a seu desejo, ao valor cognitivo ali impresso. Toor, no século XXI, não encontra o tipo de rejeição à sua arte com que Manet tinha que se haver. Seu trabalho busca estabelecer uma nova cultura estadunidense que se forma a partir de imigrantes não *WASP* (*White, Anglo-Saxon and Protestant*). A validação de sua obra a partir de uma obra consagrada como a de Manet lhe confere autoridade para discutir questões como raça, cor, etnia, orientação sexual.

Ao analisar a recepção da obra de Toor sob as lentes da intermedialidade, mais precisamente a

²⁰No original: “Gravity and its constant pull – the splayed arms, the articles of clothing and book on the floor, the laptop cord – inflect the work with downward motion, as if the body would be subsumed by the sofa” (NAEEM, 2022, p.20).

²¹Disponível em: <https://www.nga.gov/collection/art-object-page.1179.html>. Acesso em 25 jul. 2023

²²Disponível em: <https://www.manet.org/dead-toreador.jsp>. Acesso em 30 jul. 2023

²³No original: “[...] the fragmentation and reimagining of history is a necessary project in self-determination, a Brown American futurity that resists total assimilation to American culture” (NAEEM, 2022, p. 20).

partir dos conceitos de Elleström, é possível sugerir que a mente produtora do pintor cria um valor cognitivo desde sua condição biográfica perante uma sociedade diversa. Ao concretizar este valor cognitivo em uma mídia técnica, o produto de mídia se revela de modos diferentes ao perceptor. Ele pode ser entendido como uma manifestação cultural que busca revelar novos tipos sociais. É possível, também, ir além de uma mera interpretação visual se o perceptor relacionar o valor cognitivo a algum elemento de sua reserva midiática. Nesse sentido, o produto de mídia contribui para a realização de um novo valor cognitivo na mente do perceptor.

5 Considerações finais

“[...] a formulação de não-formulado abarca a possibilidade de nos formularmos e de descobrir o que até esse momento parecia subtrair-se à nossa consciência” (ISER, 1996b, p.93).

Esse texto parte da premissa de que os produtos visuais e as novas mídias demandam que ampliem e sofisticem as reflexões sobre recepção que, em sua origem, tiveram por base o texto escrito, notadamente o literário. Do mesmo modo que as teorias da recepção na literatura passaram a enfatizar a capacidade de o leitor de organizar a leitura e participar do processo de funcionamento no texto escrito por meio de várias estratégias interpretativas, o novo receptor armazena signos de configurações midiáticas como cores, formas, gestos, sons etc., característicos de cada configuração midiática e colabora com a realização da comunicação através de processos cognitivos de sua recepção. Ainda que a arte figurativa exista há mais de 45 mil anos, quando uma pintura é examinada através das lentes da intermedialidade, novas camadas de interpretação de seu valor cognitivo ajudam a ampliar os mecanismos de compreensão das mídias visuais.

Para Fiorani “o homem e a sociedade são um tecido relacional e, portanto, são comunicação”²⁴ (FIORANI, 2012, p.13, tradução nossa). A

pesquisadora retoma a ideia de Hall de “linguagem silenciosa” de cada cultura como o tempo, o espaço, a matéria, entre outras. Para que a representação (ELLESTRÖM, 2021, p.65) de uma mídia se concretize, os fatores que possibilitam a mediação – material, sensorial e espaçotemporal – se revelam fundamentais para a comunicação entre as mentes do produtor e a mente do perceptor. Segundo Elleström, “[t]oda representação é baseada na distinção de uma mediação específica” (ELLESTRÖM, 2021, p.66).

Desde essa perspectiva, é possível compreender a ativação dos domínios extra e intracomunicacionais para a presentificação da mídia na mente do perceptor e para a concretização da comunicação. Nesse sentido, é possível reformular a proposta de Jouve sobre o leitor, ao pensar em um multireceptor. O novo perceptor pode ser 1) uma pessoa de carne e osso, isto é, um cidadão que circula em uma sociedade singular e vai entrar em contato com a mídia ao longo de sua existência e 2) um receptor imaginado: aquele ao qual a mídia é planejada para atingir.

A recepção das telas de Manet e de Toor exemplificam esse processo de produção de sentido que é dependente da disponibilidade de formulação do receptor de suas épocas, séculos XIX e XXI, para alcançar a sofisticação do valor cognitivo elaborado por cada produtor. Manet contribui para que uma nova compreensão de pintura se sedimente através de obras reconhecidas e aceitas pelo público à época. Toor, por sua vez, retoma Manet para fortalecer a ampliação de uma nova sociedade em que, a despeito de diferenças de cor, aparência e orientação sexual o indivíduo possa circular livremente e sentir um pertencimento à comunidade em que vive.

Os dois artistas contribuem assim para uma resignificação social e a descoberta do indivíduo como ser integrante de uma sociedade. Manet e Toor, cada qual com sua obstinação, colaboram para a conscientização dos indivíduos e ensinam novos modos de perceber e realizar o mundo através de sua arte.

²⁴No original: “l'uomo e la società sono un tessuto relazionale e quindi sono comunicazione” (idem, p. 13)

Referências

- Boutin, Jean-François. *De la paralittérature à la littérature médiatique multimodale*. In LEBRUN, Monique; LACELLE, Nathalie; BOUTIN, Jean-François. *La littérature médiatique multimodale*. Québec: Presses de l'Université du Québec, 2012.
- DEBRAY, Régis. *Vie et mort de l'image: une histoire du regard en Occident*. France: Éditions Gallimard, 1992
- ECO, Umberto. *Conceito de texto*. Tradução de Carla Queiroz. São Paulo: Edusp, 1984.
- ECO, Umberto. *Lector in Fabula*. Tradução Atílio Cancian. São Paulo: Editora Perspectiva LTDA, 2018.
- ELLESTRÖM, Lars. *Midialidade: ensaios sobre comunicação, semiótica e intermedialidade*. Porto Alegre: EdiPuc, 2017.
- ELLESTRÖM, Lars. *Transmedial Narration: Narratives and Stories in Different Media*. London: Palgrave Macmillan, 2019.
- ELLESTRÖM, Lars. *As modalidades das mídias II: um modelo expandido para compreender as relações intermediais*. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2021.
- FIORANI, Eleonora. *Grammatica della comunicazione*. Milão: Lupetti – Editori di Comunicazione, 2012.
- FONTANA, Sabina. *Linguaggio e Multimodalità – Gestualità e oralità nelle lingue vocali e nelle lingue dei segni*. Pisa: Edizioni ETS, 2009.
- ISER, Wolfgang. *O ato da leitura: uma teoria do efeito estético*, vol. 1. Tradução de Johannes Kretschmer. São Paulo: Editora 34, 1996a.
- ISER, Wolfgang. *O ato da leitura: uma teoria do efeito estético*, vol. 2. Tradução de Johannes Kretschmer. São Paulo: Editora 34, 1996b.
- JOUBE, Vincent. *A leitura*. Tradução de Brigitte Hervot. São Paulo: Editora UNESP, 2002.
- PAUL, Claude. *Comparatisme et intermédialité. Réflexions sur la relativité culturelle de la pratique intermédiaire*. Würzburg, Königshausen & Neumann, 2015.
- PROUST, Marcel. *Contra Sainte-Beuve*. Tradução de Luciana Persice Nogueira-Pretti. Belo Horizonte, Ed. Áyiné, 2021.
- RAJEWSKY, Irina. *A fronteira em discussão: o status problemático das fronteiras midiáticas no debate contemporâneo sobre intermedialidade*. Tradução de Isabella Santos Mundim. In: DINIZ, T.F.N.; VIEIRA, A.S. (orgs.). *Intermedialidade e Estudos Interartes: Desafios da Arte Contemporânea 2*. Belo Horizonte: Rona Editora: FALE/UFMG, 2012 (p.51-73).
- RAMAZZINA-GHIRARDI, Ana Luiza. *Da citação verbal à citação visual*. In RAMAZZINA-GHIRARDI, AL. *Intermedialidade: uma introdução*. São Paulo: Editora Contexto, 2022 (p.107-112).
- TOOR, Salman. *No Ordinary Love*. Nova York: Gregory R. Miller & Co., 2022.