

Arte e direção de arte na contemporaneidade: novas ideias, novos conceitos¹

Ismênio SOUZA²

Renato Medeiros CORDEIRO³

Faculdade Estácio FATERN Natal, RN

Resumo

A proposta desse trabalho é discutir a possibilidade de peças publicitárias produzidas por diretores de arte e designers gráficos serem consideradas como forma de expressão artística. Considerando que essa aproximação é possível, propomos algumas reflexões sobre o conceito de arte e seu processo de produção, para posteriormente analisarmos os trabalhos dos renomados designers gráficos David Carson e Rico Lins, objetivando mostrar que cartazes desenvolvidos em campanhas publicitárias podem extrapolar seu objetivo original e modificar seu status, tendo seu valor artístico reconhecido pela crítica especializada, o que certamente contribui para a valorização dos profissionais que atuam na área de publicidade e propaganda.

PALAVRAS-CHAVES: publicidade; direção de arte; arte; cartaz.

1. Introdução

Quem nunca se emocionou ou experimentou sensações variadas ao ver uma exposição, um quadro, um cartaz ou belo filme? Existe uma palavra que é usada para definir a emoção experimentada ao vermos algo belo, que por algum motivo aguce os sentidos, alterando nossa condição mental e emocional, em função daquilo que apreendemos por meio do olhar ou outro sentido. Em particular, quando o assunto é arte, essa palavra é “catarse”, e isso significa que, por um momento, a apreciação se converte em algo mais profundo, e ficamos paralisados pela admiração de algo, produzindo um envolvimento emocional significativamente intenso.

Alguns cartazes, embalagens, capas de livro e outros impressos nos impactam de modo a produzir esse momento, e é muito provável que alguns profissionais já tenham recebido um retorno positivo por parte dos clientes em função dessa profunda admiração despertada pelos layouts apresentados. Por mais que a função dos designers gráficos e diretores de arte não seja a produção de obras de arte, podemos considerar que alguns layouts desenvolvidos por esses profissionais podem ser conceituados como uma forma de expressão artística, podendo ser emoldurados e expostos em galerias e museus.

¹ Trabalho apresentado no IJ 02 – Publicidade e Propaganda do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Graduado em Publicidade e Propaganda da Faculdade Estácio Fatern, e-mail: ismeniosouza@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da Estácio Fatern, e-mail: renatomedeiros.c@gmail.com

Esse trabalho buscará respaldar a assertiva acima enunciada, de modo que, nas próximas páginas, seja possível comprovar a ideia de que algumas peças publicitárias podem efetivamente ser consideradas como arte. Diante dessa proposta, o trabalho tem como objetivos principais: propor algumas reflexões sobre o conceito de arte e seu processo de produção, e analisar os trabalhos realizados por designers gráficos – o norte-americano David Carson e o brasileiro Rico Lins – discorrendo sobre suas funções e particularidades profissionais. São trabalhos que extrapolaram os limites do seu campo de atuação, e que foram expostos em espaços consagrados à apreciação de obras de arte.

A proposta dessa comunicação é relevante na medida em que busca compreender a natureza do trabalho realizado pelo diretor de arte na criação de peças gráficas, que usualmente são produzidas sob inspiração das mais variadas referências, comprovando que os produtos desenvolvidos em campanhas publicitárias podem extrapolar os limites desse campo, chegando em alguns casos a modificar seu status e atingir um valor artístico, o que certamente contribui para a valorização dos profissionais que atuam na área.

2. A arte na atualidade

Entre o período moderno e o século XIX, aquilo que se convencionava caracterizar como arte – embora os artistas pudessem expressar suas ideias e percepções por meio de formas, cores e texturas dos mais variados – se identifica com determinados movimentos artísticos, que imprimiam regras próprias ao processo de produção da arte, o que implica em certa restrição sobre o processo criativo, sobre o reconhecimento ou não dos trabalhos enquanto expressão da arte, sempre havendo muita dificuldade de se aceitar ou conferir validade aquilo que fugisse do convencional.

Até início do século XX, para a arte ser definida como tal era indispensável o reconhecimento de críticos e especialistas, que eram artistas e intelectuais que valorizavam tão somente as tradições e as expressões da cultura oficial e erudita das elites. Desse modo, antes, o observador era visto como um receptor passivo, que deveria apreciar e, principalmente, aprender com as obras de arte. Era essa, por exemplo, a proposta dos museus surgidos no final do século XVIII, que deveriam selecionar as obras a serem expostas considerando que deveriam cumprir a função pedagógica de construir as nações a partir do conhecimento do passado.

No entanto, na virada do século XIX para o XX, ao mesmo tempo em que a sociedade passa a experimentar as mudanças em ritmo cada vez mais acelerado, a concepção de arte também sofreu modificações, que até hoje repercutem no conceito que temos sobre arte. Na atualidade essa arte ainda pode ser contemplada nos livros de história da arte, nos museus, em exposições e na arquitetura. Porém, não se limita mais a esses espaços, de modo que, se pretendemos contemplar diferentes expressões artísticas, é possível encontrá-las em instalações montadas na rua, em esculturas dispostas em praças, em vídeos expostos em pequenas salas, em grandes pinturas nas laterais de prédios, em muros grafitados e de muitas outras maneiras, todas reconhecidas como formas de expressão artística. Por isso Michael Archer, em seu livro *Arte Contemporânea* diz que “a arte recente tem utilizado não apenas tinta, metal e pedra, mas também ar, luz, som, palavras, pessoas, comida e muitas outras coisas” (2001, p. IX).

Sobre como essas mudanças possibilitaram que se validasse a arte nas suas mais diversas expressões, Paul Wood, em seu livro *Arte Conceitual*, afirmou:

O passado modernista da pintura vista como a arte por excelência, o cânone que se estende de Cézanne a Rothko, contraposto ao presente pós-moderno em que espaços contemporâneos de exposição estão repletos de tudo e de qualquer coisa, de tubarões a fotografias, de pilhas de lixo a vídeos de telas múltiplas-repletos, ao que parece, de tudo, exceto de pintura moderna (WOOD, 2002, p. 6).

Portanto, no século XX ocorre uma mudança radical de paradigma. Isto porque, na contemporaneidade, a arte deixou de se configurar como um objeto pré-determinado, para que pudesse inserir no seu campo as mais diversas formas de expressão. Essas formas variam conforme o que quer que tenha sido criado ou pensado pelo artista, desde que haja um contemplador que também reconheça aquela forma de expressão como arte. Ou seja, a arte passa a ser reconhecida como tal a partir do momento em que alguém a produza com esse fim e outra pessoa, uma pessoa comum, a contemple e aprecie como arte.

Hoje, os limites expandiram suas fronteiras indefinidamente, pois depende unicamente da capacidade de criação humana, permitindo-se que todos os dias surjam e sejam difundidos os mais diversos conceitos para se definir o que seja arte. Diante dessa multiplicidade de possibilidades, Duchamp resumiu que, para se definir o que é arte, bastaria “pedir que o observador pensasse sobre o que definia a singularidade da obra de arte em meio à multiplicidade de todos os outros objetos”. (2001, p. 3).

Nessa perspectiva, surge uma forma de lidar com a produção cultural que permite ao espectador interagir com a arte, sem a necessidade de conhecimento prévio. Mesmo sem ser uma estudiosa da área, a pessoa comum terá condições de perceber que aquilo que está sendo observado é uma forma de expressão artística, e que é possível tanto conferir-lhe diferentes significados, como também participar de sua composição. Sobre esse aspecto, Michael Archer considera: “observar a arte não significa ‘consumi-la’ passivamente, mas tornar-se parte de um mundo ao qual pertencem essa arte e esse expectador. Olhar não é um ato passivo, ele não faz que as coisas permaneçam imutáveis” (2001 p. 235).

Uma das características atuais da arte é que ela não precisa mais perdurar ou ser guardada por muito tempo, ou seja, uma obra feita hoje pode ser destruída, esquecida e/ou dar surgimento a outra. Nisso elas diferem das obras do passado, principalmente no que se refere ao valor agregado, pois a arte atual tem seu valor definido pelo conceito e ideia que gera e difunde em meio aos observadores, que conceituam a obra de acordo com seu juízo de valor e suas experiências pessoais com aquilo que é observado. Havendo possibilidade de interação com a produção, que implica na possibilidade do conteúdo sofrer modificações a cada observação e ação realizada pelos espectadores, esse valor pode ser continuamente modificado. Um obra apresentada hoje será transformada e apresentada de outra forma num outro tempo e espaço, de modo que e o espectador tem, hoje, importante participação na realização e definição do valor da arte. Michel Rush, em seu livro *Novas mídias na arte contemporânea* afirma que, no passado

A obra de arte dependia do espectador para que este completasse seu conceito, mal sabia ele que, até o final do século, algumas obras de arte (por exemplo, filmes interativos) dependeriam literalmente do expectador, não apenas para completa-la, mas para iniciá-las e dar-lhes conteúdo. (2006, p.165).

Esse conteúdo pode ser definido a partir da visão de mundo do espectador, como também de suas experiências cotidianas. Enquanto nas academias temos os conceitos sobre arte sendo definidos e difundidos a partir de um campo específico do conhecimento, que é a história da arte, por outro lado se reconhece que a produção de arte não é monopólio da cultura erudita. A cultura de uma sociedade não se expressa somente por aquilo que encontramos nos museus. Ela também compreende as mais diferentes manifestações da arte popular, que bebe das mais diferentes fontes, sem hierarquiza-las. Isso permite que se reconheça que bastam alguns gestos e objetos simples para se expressar a arte, como se vê

em performances corporais, que através daquele ato de exhibir o corpo humano de uma dada forma trabalha com ideias e conceitos artísticos. Nestes casos, arte ficará limitada apenas ao tempo em que a performance esteja ocorrendo, contrariando a antiga premissa de que a arte deveria ser feita para durar.

Naturalmente, essas novas formas de expressão artística trilham um caminho que foi aberto no passado, por produções anteriores, como “as colagens cubistas e outras, a performance futurista e os eventos dadaístas já haviam começado a desafiar este singelo “duopólio” (ARCHER, 2001, p.1). Esses movimentos artísticos tiveram o mérito de questionar o status conferido à pintura e escultura, únicas técnicas então reconhecidas como arte. Com a quebra desse “duopólio”, as performances, colagens e mesmo a fotografia passaram a reivindicar, cada vez mais, seu reconhecimento como expressão artística.

Outro exemplo atual que remete à ideia de liberdade que se procura associar à arte se encontra nas expressões tipicamente urbanas, como o grafite visto em muros espalhados por diversas cidades. Essa expressão, por ser apresentada em espaços públicos, permite uma maior aproximação entre o artista, a obra e o espectador.

Figura 1



A arte urbana ⁴

Dentre os diversos estilos surgidos no mundo contemporâneo, muito se deve ao aparecimento do computador e ao avanço da tecnologia nas últimas décadas, que viabilizaram uma maior interação entre o homem e a arte através das máquinas. A arte digital, também conhecida como arte interativa, disseminada através da web, ampliou ainda

⁴ Disponível em: <<http://www.hypeness.com.br/2012/05/documentario-brasileiro-a-arte-urbana>>. Acesso em: 20 mai. 2016.

mais o panorama, pois possibilitou o desenvolvimento de um novo modo de se fazer arte, conforme avaliado por Michel Rush, na medida em que “o uso cada vez mais do microcomputador desencadeou uma era na qual muitos artistas podiam pegar material de uma fonte básica (uma fotografia) e manipulá-lo usando a linguagem computadorizada” (2006, p.175). E o espectador neste contexto tem a possibilidade de não somente fazer parte, mas de produzir arte, tornando-se um novo artista, nem que seja por pequeno limite de tempo, enquanto haja apreciação ou surja outro que divulgue seu novo trabalho.

Através de programas gráficos é possível expressar ideias que contemplem a arte na Web. Michel Rush, em *Novas mídias na arte contemporânea*, chega a afirmar que: “É possível que uma nova vanguarda esteja surgindo no que chamamos de arte interativa, que aqui se reflete à arte na web, e a arte computadorizada, que requer a participação do espectador para se completar” (2006, p. 186).

Figura 2



Rafael Rozendaal - Hybridmoment ⁵

Durante a 2ª Mostra 3M de Arte Digital, que ocorreu no Memorial da América Latina em São Paulo, foi largamente discutida as novas formas de produção artística contemporânea.⁶ Nesse evento, foram apresentados alguns trabalhos de artistas que utilizam os recursos digitais para expressar suas ideias. Dentre eles estavam Jonathan Harris (1979 -)

⁵ Disponível em: <<http://culture-se.com/noticias/778>>. Acesso em: 20 mai. 2016.

⁶ Disponível em: <<http://culture-se.com/noticias/778>>. Acesso em: 20 mai. 2016.

e Rafael Rozendaal (1980 -), lembrando que este último chegou a ser apontado como o primeiro artista a vender páginas na web como objetos de arte.⁷

Essas mudanças não significam, entretanto, que as formas clássicas de expressão artística estejam desaparecendo. No início do século XX, a fotografia foi apontada como a forma de expressão que tornaria a pintura irrelevante, pois a facilidade de retratar a natureza e as pessoas de forma mais prática e fiel à realidade colocou em questão a validade da arte em quadros, de modo que “vários pintores chegaram a afirmar que a pintura estava morta!” (NEWTON, PIOVANI. 2003, p. 23). Em seus primórdios, a fotografia não era reconhecida como arte, sendo vista apenas como uma forma de reprodução, mas é largamente aceita como uma expressão artística.

Da mesma forma, a arte contemporânea se insere num novo formato, principalmente pelo advento do computador, que possibilita a manipulação de imagens, permitindo que se altere cor e fundos, que se introduzam abstrações e se explore muitos outros recursos disponibilizados pela tecnologia. O universo de possibilidades se amplia de forma inimaginável, como considerou o escritor e curador George Fifiield, ao afirmar que “a possibilidade de reposicionar e combinar sem esforços imagens, filtros e cores, dentro do espaço sem atrito ou gravidade da memória do computador, dá aos artistas uma liberdade para criar imagens jamais imaginadas” (apud RUSH, 2006, p. 162).

Isso proporcionara que o artista experimente novas ferramentas, que por sua vez viabilizará novas experimentações e possibilidades, se contrapondo ao que ocorria na arte clássica. De acordo com George Fifiield: “Com a arte tecnológica, o próprio meio de expressão muda radicalmente quando a tecnologia muda” (apud RUSH, 2006, p.186). E isso se traduz na aceleração das mudanças.

A arte na web, grafite e fotografia, são algumas das diversas expressões artísticas que evidenciam os novos conceitos atribuídos à arte na atualidade. Esse processo transformador, para alguns críticos, resultaria na negação da arte, movimento que se iniciou com Duchamp criticando o fato da arte só ser considerada como tal quando “as instituições levam essa arte para dentro dos museus”, conforme afirmou Ferreira Gullar em vídeo vinculado no youtube.⁸ No entanto, como foi considerado no início desse capítulo, no mundo contemporâneo, a arte não pode mais ser definida a partir de modelos pré-estabelecidos, sendo hoje reconhecido que ela pode se expressar das mais variadas formas. Para ser legitimamente reconhecida como arte, basta que haja um sujeito que lhe produza

⁷ Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Rafa%C3%ABl_Rozendaal>. Acesso em: 22 mai. 2016.

⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=CIQ1ckiTQRw>>. Acesso em: 22 mai. 2016.

como tal e outro sujeito que a contemple e defina como tal, princípio que não invalida os movimentos artísticos anteriores, mas evidencia a busca pela liberdade do artista no processo de produção de sua arte.

3. A arte nos cartazes de designers e diretores de arte

Não há dúvidas de que a finalidade da publicidade seja a produção de campanhas, que em boa parte será direcionada à atração e conquista dos consumidores em favor da marca anunciada, e na concepção de como é planejada uma campanha, a arte não estará presente na elaboração de um briefing. Porém, a partir do momento que esse documento chega à mesa dos diretores de arte e designers gráficos e se inicia o processo de criação das peças gráficas, parte considerável desse trabalho é de cunho artístico. Ilustrações, cores, textos e fotografias integram o conceito final do layout, e quando esses elementos são apresentados ao cliente e ao público alvo da campanha, a estética visual será o fator decisivo para aprovação.

Entre as diversas peças inseridas numa campanha publicitária está o cartaz, que desde o século XIX vem sendo utilizado como meio de comunicação. Em 1860, o pintor e litógrafo francês Jules Chéret (1836-1932) produziu os primeiros cartazes considerados publicitários, mesclando imagem e texto de modo que chamasse atenção e permitisse uma leitura mais clara da mensagem.⁹

Figura 3



Toulouse-Lautrec: Troupe de Mlle Elegantine (cartaz de 1896)¹⁰

⁹ Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Jules_Chéret>. Acesso em: 22 mai. 2016.

¹⁰ Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Henri_de_Toulouse-Lautrec. Acesso em: 22 mai. 2016.

Em 1890, o renomado artista Toulouse-Lautrec (1864-1901) começou a criar cartazes para vender e divulgar os mais variados produtos, na mesma época em que vários outros artistas passaram a empenhar seus talentos nesse tipo de produção. A figura 3, que traz um cartaz de Toulouse-Lautrec, constitui um exemplo do que seria “arte publicitária”, entendida como “arte aplicada” (BOMENY, 2009, p. 25).

Ao que tudo indica, esses cartazes foram produzidos para atender uma finalidade muito objetiva, que era comunicar uma determinada informação para o público, fomentando o consumo. No caso dos cartazes do Toulouse-Lautrec, eles eram voltados para divulgação de shows em cabarés e teatros, cujo funcionamento dependia do interesse do público, que precisava pagar pela entrada e consumo nesses estabelecimentos comerciais. Ou seja, era arte a serviço do comércio. Então, o que diferenciaria os cartazes daquela época dos cartazes produzidos nos dias atuais?

A técnica de produção pode ser apontada como uma dessas diferenças. Enquanto hoje a concepção se inicia na tela de um computador e termina impressa em uma impressora digital ou numa máquina de offset, no período de Jules Chéret e Toulouse-Lautrec a técnica empregada era a litografia. Segundo Marina Oliveira:

A litografia foi muito utilizada no século 19, na Europa, para a impressão de partituras musicais, gravuras e até mesmo livros infantis e revisas. Quando criada, a litografia se utilizava de uma matriz de pedra polida pressionada contra papel, com os elementos para reprodução registrados na pedra por substâncias gordurosas. Ao ser umedecida, a gordura dos elementos repelia a água e recebia a tinta, também gordurosa, de forma a permitir a reprodução apenas daqueles elementos (2002, p. 53)

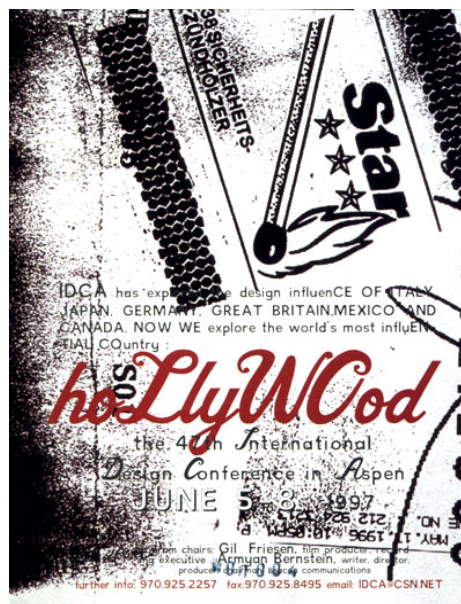
Mas excetuando a diferença quanto à técnica empregada, há indícios de continuidade quando nos referimos ao esforço criativo investido na produção dos cartazes. Cores, traços, fontes tipográficas estão inseridas em ambos os processos, tanto no século XIX como nos tempos atuais. Podemos até afirmar que hoje, com o advento do computador, temos a vantagem de mesclar inúmeros efeitos, fotos manipuladas e milhares de fontes que permitem que os designers gráficos e diretores de arte tenham a possibilidade de produzir cartazes mais diferenciados, mas tão criativos quanto os do século XIX. Não por acaso, Fonseca afirma que os cartazes, que em relação ao aspecto visual são compostos por formas e cores variadas, “constituem, muitas vezes, legítimas peças de arte” (apud ABREU, 2011, p.2). Podemos então supor que alguns cartazes produzidos na atualidade também podem ter seu valor e status modificado, vindo a ser reconhecidos como arte.

Neste trabalho apresentaremos a obra de dois profissionais que têm sua competência reconhecida no mercado publicitário e no design gráfico em função das soluções criativas que marcam seus trabalhos, muitos dos quais já foram expostos em galerias e museus. Suas trajetórias evidenciam, portanto, que os trabalhos realizados por diretores de arte e designers podem extrapolar a esfera publicitária, sendo reconhecidos como arte.¹¹

3.1. David Carson

Nascido no Texas, Estados Unidos, o designer e diretor de arte David Carson é conhecido por desenvolver trabalhos que rompem com conceitos tradicionalmente utilizados no design gráfico, o que pode ser observado no uso dos grids, da tipografia e de certa despreocupação com formalismos na disposição das informações no layout. O texto que descreve seu trabalho, disponível na web, informa que “o modo como usa a tipografia deixa clara sua falta de preocupação em relação à legibilidade, padrões e grids, porém o que parece ter sido colocado aleatoriamente acaba se relacionando intensamente com os outros elementos presentes”.¹²

Figura 4



David Carson, cartaz para *Design Conference in Aspen*¹³

¹¹ Neste caso, o museu vira uma espécie de *palco cerimonial*. A partir do momento em que os cartazes ditos “publicitários” são expostos, seu valor enquanto produção artística acaba sendo realçado e canonizado. O museu, como *palco cerimonial*, confere o caráter de obra de arte ou manifestação artística às produções gráficas.

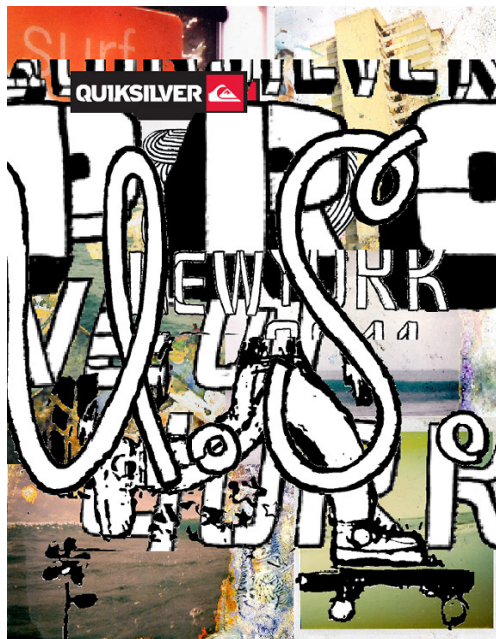
¹² Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/David_Carson>. Acesso em: 13 nov. 2015.

¹³ Disponível em: <<http://www.oanagrama.com/2012/08/arte-os-cartazes-tipograficos-de-david.html>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

Observando o cartaz criado para o evento *Design Conference in Aspen*, é possível verificar elementos que se assemelham aos trabalhos realizados pelos Dadaístas, especialmente no que se refere ao uso aleatório da tipografia. Além disso, como pode ser visto na figura, o formato da fonte da palavra “hoLlyWood” traz referências da Pop Art, nos remetendo à famosa lata da Campbell’s, criada por Andy Warhol.

Segundo Newton César, o designer “David Carson – um dos monstros do design gráfico moderno e que deu cara nova à revista *Trip* aqui no Brasil, foi considerado um dos melhores diretores de arte do mundo” (2013, p.112). É possível mensurar a importância, riqueza e criatividade do seu trabalho, pelo reconhecimento dos críticos da área. Expressão desse reconhecimento, David Carson já recebeu mais de 150 prêmios por seus trabalhos. Entre seus clientes podemos encontrar grandes marcas, tais como a Nike, a Coca-Cola, o Citibank, AmEx, e a General Motors, que se rediram à criatividade desse designer.

Figura 5



David Carson – Anúncio para Quiksilver ¹⁴

Esses cartazes, dentre outros, além de serem admirados por sua criatividade, apresentam atributos aos quais pode ser conferido valor artístico. Para alguns críticos, são peças que podem ser expostas em galerias e apreciadas como outras formas de expressão da arte, e a história da arte mostra que não existem impedimentos formais para que isso ocorra, sobretudo se considerarmos as aceleradas mudanças ocorridas nos últimos anos na

¹⁴ Disponível em: < <http://www.davidcarsondesign.com/t/clients/quiksilver/>>. Acesso em: 23 mai. 2016.

sociedade capitalista, como a importância da publicidade e propaganda na sociedade de consumo, o que certamente impacta no status conferido aos profissionais da área.

Aos críticos que consideram essa possibilidade inviável, podemos levantar um questionamento: os cartazes de Toulouse-Lautrec, na época em que foram produzidos, eram tidos como obras de arte? A resposta é negativa, mas isso não impediu que posteriormente os cartazes de Toulouse-Lautrec integrassem o acervo de museus, sendo apreciados ainda na atualidade.

3.2. Rico Lins

Rico Lins é designer gráfico, diretor de arte e ilustrador brasileiro. Esse profissional já expôs seus trabalhos em Paris, São Paulo e outras capitais do Brasil e do mundo, além de realizar trabalhos para empresas como MTV, Editora Abril, e Globo, entre outras.

Seus trabalhos são inspirados nas artes plásticas e em movimentos artísticos como o construtivismo. Nos últimos tempos, Rico Lins tem investido em promover exposições de cartazes publicitários em galerias e centros culturais, tanto os de sua autoria quanto os trabalhos produzidos por outros artistas. Por conta dessa iniciativa, nesta parte do trabalho não iremos destacar suas obras, mas a realização dessas exposições, que explicitam uma visão mais artística dos cartazes.

Entre esses eventos, destacamos primeiramente a exposição “Ponto de Vista - coleção Rico Lins de cartazes contemporâneo”, que foi realizada no Centro Caixa Cultural em maio de 2015. Essa exposição apresentava cartazes de designers gráficos de diversos lugares, que integram a coleção do próprio Rico Lins, que apresentou esses trabalhos ao público para que fossem apreciados.

No material de divulgação da exposição, disponível na página de web da Caixa Cultural, a instituição declarou que esses cartazes apresentavam as “visões de mundo que cada artista colocou em sua obra”. Essa frase chama atenção pelo fato da palavra “obra” e não “cartazes” ser utilizada para descrever os trabalhos em exposição. Também é relevante que os autores desses trabalhos, mesmo sendo designers gráficos, foram identificados como artistas. Essas opções conceituais – e não apenas de escolha de palavras – evidenciam o seguinte: a partir do momento que esses cartazes são expostos numa galeria, deixaram de ser vistos como meras peças gráficas, com a finalidade única de divulgar algo, e passaram a ser reconhecidos como uma peça de arte.

Numa segunda exposição, “Rico Lins: uma gráfica sem fronteiras”, que ocorreu na Caixa Cultural Brasília, o jornal *Correio Brasiliense*, o texto de apresentação disponibilizado na web define os cartazes expostos da seguinte maneira: “Peça gráfica corriqueiramente usada para divulgar alguma coisa, o cartaz por vezes ganha outras vidas, quando passa a ser considerado obra de arte ou artigo de coleção.” Mais vez, há valores agregados aos cartazes, aos quais se atribui o status de obra de arte.

É importante salientar que algumas esferas, como museus, galerias de arte e centros culturais, reconhecem que no design gráfico há arte, por se tratar de um trabalho de criação estética, embora num primeiro momento esses cartazes não tenham sido produzidos com o objetivo de compor um patrimônio artístico. Mesmo que alguns críticos discordem da possibilidade de se conferir o status de arte ao trabalho realizado por designers e diretores de arte, a história da arte mostra que a produção de arte a serviço dos interesses públicos e privados não é uma novidade, assim como não é novo o movimento que conceitua como arte os trabalhos que não foram originalmente produzidos com este fim. São trabalhos que não apenas preenchem as páginas dos livros de história da arte, como também integram coleções de museus como o Guggenheim e no MOMA, em New York. Neste sentido, o papel destas instituições que tradicionalmente definem o que pode ser definido como objeto artístico vem sendo fundamental para se construir um novo olhar aos produtos do design publicitário, privilegiando seu valor artístico.

3. Conclusão

Nessa discussão sobre a relação da arte com o processo de criação e produção de peças publicitárias, podemos concluir que a publicidade não é arte, mas suas ferramentas de comunicação podem ser conceituadas como tal. Cartazes, folders, capas de livros, e outras inúmeras peças gráficas podem eventualmente mudar seu status, sendo apreciadas e contempladas como forma de expressão artística. Se buscarmos estabelecer as diferenças entre o que é feito hoje e como se produzia arte no passado, em termos criativos, iremos concluir que diferentemente de antes, quando a arte tinha regras bem definidas a respeito de sua linha de desenvolvimento, na atualidade vemos que a arte deixou de seguir modelos rígidos. Os artistas misturam técnicas, tendências e influências, direcionando suas práticas criativas para o exercício das inúmeras funções que hoje a sociedade atribui à arte.

Se há um questionamento sobre o caráter artístico das peças produzidas na publicidade por conta de terem sua finalidade determinada pela indústria capitalista, como se a estreita relação entre ambas tornasse impensável a sua identificação como forma de expressão artística, o que dizer das pinturas encomendadas pela Igreja, que tinham a clara função de propagar a fé? O que dizer dos cartazes construtivistas, e dos cartazes publicitários feitos pelos nazistas? Hoje, peças que tiveram sua utilidade muito bem definida no seu processo original de produção constam nos livros de especialistas como obras de arte ou como objetos que possuem qualidades estéticas de grande valor artístico.

Não temos a pretensão de aqui fixar um ponto final nessa discussão, até porque ela é longa e o estatuto da arte na contemporaneidade pode ser alterado amanhã. Ou seja, a definição do conceito de arte, assim como o senso comum sobre o que pode ou não ser reconhecido como obra de reconhecido valor artístico, mudou no passado como certamente mudará no futuro, pois o homem, com suas ideias e cultura, está sempre em movimento.

4. Referências

ABREU, Karem. Cartaz Publicitário: um resgate histórico. In: **ANAIS do VIII Encontro Nacional de História da Mídia-Rede Alcar**, v. 1, p. 1-16, 2011.

ARCHER, Michael. **Arte contemporânea**: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

BOMENY, MARIA HELENA WERNECK. **O panorama do design gráfico contemporâneo**: a construção e desconstrução e a nova ordem. Tese de doutorado. São Paulo: FAU-USP, 2009.

CESAR, Newtom. **Direção de Arte em propaganda**. Brasília: Editora Senac Distrito Federal, 2013.

NEWTON, CESAR & PIOVAN, MARCO. **Making of**: revelações sobre o dia-a-dia da fotografia. São Paulo: Futura, 2003.

OLIVEIRA, Marina. **Produção gráfica para designers**. Rio de Janeiro: 2AB, 2002.

RUSH, Michael. **Novas mídias na arte contemporânea**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

WOOD, Paul. **Arte Conceitual**. São Paulo: Cosac, 2002.