

Parte 4

Psicologia social e cidadania

A imagem: unificação psicossocial por meio da experiência estética

Arley Andriolo

11.1. Considerações preliminares

Nas apresentações do Primeiro Simpósio Interno do Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social (IP/USP, 2015), além de reconhecer o hífen como questão, notou-se uma clara tendência à sua supressão. Supressão esta que não se apresenta diretamente como dissolução do psíquico no social, ou vice-versa, mas como uma intersecção dinâmica, uma mescla.

As atividades do Laboratório de Estudos em Psicologia da Arte (IP/USP) acompanham essa tendência devido aos fundamentos epistemológicos das pesquisas que investigam os problemas da arte, da estética e da imagem. A proposição fomentada por João Augusto Frayze-Pereira desde a fundação do laboratório implica uma perspectiva crítica às dicotomias do conhecimento, particularmente aquelas inscritas no pensamento fenomenológico: sujeito-objeto; indivíduo-sociedade; psíquico-social.

Na década de 1980, o fundamento fornecido pelo pensamento de Frayze-Pereira provinha de duas fontes básicas, Michel Foucault e Maurice Merleau-Ponty, acrescidas de leituras psicanalíticas, por meio das quais desenvolveu uma fenomenologia sem vínculos com os procedimentos husserlianos. Esta proposição crítica seguia uma discussão fomentada na Universidade de São Paulo por Marilena Chauí, que instaurou uma perspectiva crítica sem o abandono do texto fenomenológico.

Frayze-Pereira tem fornecido ampla contribuição aos estudos em psicologia e estética. Quando lançou sua tese de doutorado, *Olho d'Água: arte e loucura em exposição* (defendida em 1987 e publicada em 1995), afirmou o necessário trabalho de reflexão, sempre acompanhado de uma tensão instaurada pela triangulação artista-obra-espectador. O domínio da experiência estética “é constitutivo de um ‘campo de sentido’ cujos polos diferenciais são o autor e o leitor. A obra vive da tensão instaurada pela participação diferenciada do autor e do destinatário”

(FRAYZE-PEREIRA, 1995, p. 103). Esta concepção prolongava no Brasil o debate acerca de uma estética fenomenológica, ao mesmo tempo em que instalava a reflexão sobre a recepção estética no campo da psicologia.

Em primeiro lugar, propunha uma reflexão sobre a ordem simbólica, própria da vida humana, entrelaçada com o conhecimento da estética. Em segundo lugar, operava uma subversão nos usos da psicanálise por conta de um procedimento designado “psicanálise implicada”. De modo dialético, por um lado, o campo da psicologia da arte se formou no interior de trocas epistemológicas das ciências humanas, por outro, as próprias obras de arte e as práticas artísticas cumpriram um papel decisivo na formação desse campo. As transformações no campo artístico, sobretudo a partir da segunda metade do século XX, forneceram impulso para o surgimento de teorias da arte críticas às tradições interpretativas, indagando a participação do público e os processos da história da arte.

De tal modo que a proposição de Frayze-Pereira posiciona a pesquisa em relação às propostas artísticas e não apenas às teorias. Resulta daí um pensamento no qual a dimensão da experiência sensível traz a estética para o centro (e origem) do conhecimento humano. Exemplo disso é a sua afirmação sobre o pensamento de Merleau-Ponty ser “estético de ponta a ponta”: porque é elaborado “por uma reflexão sobre a experiência originária do sensível”, por meio da qual encontrou na arte moderna a deiscência do ser (FRAYZE-PEREIRA, 2004, p. 24). Nas páginas de *O olho e o espírito*, lê-se: “imerso no visível por seu corpo, ele próprio visível, o vidente não se apropria daquilo que vê: aproxima-se dele somente pelo olhar, abre-se sobre o mundo” (MERLEAU-PONTY, 1964, p. 17).

A compreensão crítica sobre os significados da arte, da estética e da imagem em psicologia social possibilitou o desenvolvimento de diversas pesquisas, as quais não abandonam a questão da dicotomia psíquico-social. Tais pesquisas desdobraram-se sobre um campo notadamente interdisciplinar, além de psicólogos e psicanalistas, com músicos, artistas visuais, historiadores, antropólogos, entre outros. Ao constituir uma rede de conhecimento, pode-se situar o eixo desse campo de pesquisa: o conceito de experiência estética. Neste texto, procuro apresentar brevemente a concepção que norteia uma das linhas de investigação do Laboratório de Estudos em Psicologia da Arte, particularmente dedicada ao mudo das imagens e à iconologia social. Trata-se de uma abordagem metodológica que prolonga a perspectiva crítica consolidada por Frayze-Pereira, procedendo à unificação psicossocial por meio da experiência estética.

11.2 Iconologia social

A psicologia, historicamente, defrontou-se com imagens, desde os desenhos da anatomia cerebral até os experimentos de percepção na Teoria da *Gestalt*.

No Brasil, nas interfaces com a psiquiatria, a visada psicológica sobre materiais iconográficos interpelou o conteúdo das imagens produzidas nos hospitais psiquiátricos; campo conflituoso do qual emergiu a contribuição da doutora Nise da Silveira. Na história da psicologia social brasileira, nomes importantes como Arthur Ramos e Nina Rodrigues dedicaram-se às relações entre imagens, artes e culturas. O primeiro examinou o significado de pinturas e desenhos, enquanto a segunda estudou as esculturas de origem africana.

Recentemente, as imagens da internet e os processos virtuais atraíram a atenção dos pesquisadores da psicologia. Embora não seja ainda um domínio muito amplo, existem novas abordagens em psicologia que estão trazendo as imagens para o centro da investigação (FORRESTER, 2000; WIESER; PRYBORSKI; SLUNECKO, 2012; SLUNECKO; 2012). Nota-se um interesse crescente sobre “a imagem de si” ou sobre a “imagem corporal”.

Observando os trabalhos publicados na área da psicologia no Brasil, uma importante sistematização foi feita por Lucas Neiva-Silva e Silvia Helena Koller (2002), circunscrevendo os usos da fotografia na pesquisa em psicologia. Adriana Bosco (2009), sob orientação de Vera Paiva, lançou mão da imagem fotográfica para examinar como mulheres percebiam a si mesmas e criavam sua identidade. Leny Sato (2009) explicitou a experiência de trabalhadores de uma feira fornecendo-lhes uma máquina fotográfica. Vanessa Mauren e Jaqueline Tittoni (2007) trabalharam com o tema da fotocomposição, enquanto Andrea Zanella (2006) estudou imagens de vídeo. Com estes últimos autores, foram reunidas experiências de pesquisas com imagens em duas coletâneas básicas (DIAS et al., 2009; ZANELLA; TITTONI, 2011). Pode-se notar, também, o filme-documentário *Espaços da memória* (2015), produzido pelo grupo de pesquisa coordenado por Belinda Mandelbaum com a pesquisa visual de Luiz Otavio de Santi, Andre Costa e Ary Diesendruck, em uma intervenção psicossocial por meio de imagens em São Luiz do Paraitinga (SP).

Nessas pesquisas, localiza-se esquematicamente um triplo sentido da imagem: (1) como ilustração do conhecimento em psicologia; (2) como documento público; (3) como procedimento em pesquisa. No primeiro caso, a posição crítica indaga sobre a natureza da ilustração, no segundo, há interlocução com os estudos de cultura visual e do imaginário, enquanto no terceiro dialoga-se com os chamados “métodos visuais” e as práticas de intervenção social por intermédio das imagens. Trata-se da compreensão de processos sociais de significação das imagens como tarefa no campo da psicologia, a qual nos remete aos estudos de iconologia.

A iconologia é uma iconografia, mas em uma perspectiva mais profunda. Esta distinção entre iconografia e iconologia foi formulada por Erwin Panofsky (1967 [1939], p. 3): a primeira é um “ramo da história da arte que identifica o conteúdo ou assunto de obras de arte como opostos a suas formas”; enquanto

a segunda é “um método de interpretação que visa a uma síntese mais que uma análise” (p. 8).

O método iconológico estabeleceu-se em uma posição crítica à iconografia, termo cuja raiz etimológica é encontrada em *eikon* – imagem – e *graphia* – descrição –; desse modo, “pressuporia um papel descritivo, capaz de alimentar classificações, comparações, tradições, circulação etc.”, como notou Ulpiano Meneses (2012, p. 244); a iconografia está fundamentada na descrição particular dos símbolos, enquanto a iconologia visa a um projeto de interpretação geral dos símbolos em horizonte histórico. Esta cisão foi sintetizada por Meneses (2012) em referência a Gottfried Boehm: a iconografia identifica na imagem a “significação interna de significações externas”, ao passo que a iconologia implica em “generalizações, integração de informação e perspectivas” (p. 244).

A iconologia também foi baseada em uma série de termos pertinentes ao domínio da psicologia, os quais Panofsky utiliza para fundamentar cada um dos níveis de sua interpretação. Por exemplo: personalidade, sensibilidade, expressão, emoção etc. Noutra ocasião, pude apontar algumas correspondências entre os estudos de Merleau-Ponty, Panofsky e Pierre Bourdieu (ANDRIOLO, 2011). Bourdieu designou a iconologia como uma ciência estrutural capaz de superar a dicotomia psíquico-social por meio do conceito de *habitus* (BOURDIEU, 1992).

Ao prolongar o projeto iconológico de Aby Warburg, Panofsky elaborou um sistema de interpretação em referência ao sociólogo húngaro Karl Mannheim e ao filósofo alemão Ernst Cassirer e interessou-se pelos três níveis de interpretação e pelo conceito de forma simbólica. Dividiu o conjunto da abordagem em três passos: (1) descrição pré-iconográfica (e análise pseudoformal); (2) análise iconográfica; (3) interpretação iconográfica em sentido profundo ou interpretação iconológica. Cada um desses níveis refere um objeto da interpretação: (1) conteúdo primário, constituído pelo mundo dos motivos artísticos; (2) conteúdo secundário, constituído pelo mundo das imagens, histórias e alegorias; (3) significado intrínseco, constituindo o mundo dos “valores simbólicos”.

Todos esses níveis estão correlacionados a conceitos psicológicos, notadamente no terceiro nível, quando trata de “formas simbólicas” no sentido definido pela abordagem cultural de Cassirer (1944). Esse nível deve revelar atitudes básicas de uma nação, período, classe social, comportamentos filosóficos ou religiosos, “inconscientemente qualificado por uma personalidade e condensado em uma obra de arte” (PANOFSKY, 1967 [1939], p. 7). Assim, uma imagem precisa ser entendida em contexto psíquico e social. A abordagem iconológica descreve a experiência estética por meio de processos históricos expressos em condições psicossociais de significação.

De modo preliminar, o sociólogo Pierre Francastel (1990 [1951]), leitor e contemporâneo de Jean Piaget e Henri Wallon, considerava que uma imagem

não seria apenas uma representação, uma transposição figurativa ou simbólica de uma realidade. Chamava a atenção para a imagem como tal, em suas linhas, cores, formas e texturas, e os processos sociais implicados na circulação. Dizia:

Há o mundo, a imagem vivida; há a imagem percebida que é uma realidade espiritual para cada autor e cada espectador; há a imagem notada, que constitui o signo de reconhecimento; e a imagem virtual, que permite a transmissão do pensamento do autor para o espectador (p. 38).

O domínio da imagem na psicologia social pode, assim, compreender o estudo de processos sociais nos quais a imagem não é apenas uma coisa física, mas um movimento de mediações entre o objeto icônico e as imagens mentais dos observadores por meio da experiência corporal (sensorial e estética). Portanto, refere-se aos movimentos de transformação da imagem entre uns e outros, enquanto fenômeno imagético no processo social, na vida intersubjetiva. A imagem constitui-se em um campo de significação estética, política, econômica e cultural.

A iconologia social articula a reflexão teórica e metodológica à pesquisa empírica, notadamente em agentes e comunidades nos quais as imagens cumprem um papel importante. Dentre as pesquisas recentes no Laboratório de Estudos em Psicologia da Arte, estão estudos das imagens nas redes discursivas da psicopatologia, nas imagens do inconsciente, em exposições de arte e intervenções terapêuticas, nas trocas entre imagens artísticas e imagens turísticas, nos estudos de filmes e fotografias, também em imagens compartilhadas a partir de experiências musicais e literárias. A atenção ao processo das imagens na sociedade conduziu à iconologia social, que se torna, também, um instrumento de intervenção e de tecnologia social na atuação do pesquisador em psicologia.

11.3 A retomada da iconologia

A iconologia social distingue-se da proposta original de Panofsky em dois aspectos principais. Em primeiro lugar, devido à contribuição sociológica de Pierre Bourdieu, as formas simbólicas passam a ser interpretadas por meio das relações de força e poder dentro dos campos sociais. Em segundo lugar, a retomada da iconologia, notável nas últimas décadas, introduziu problemas e conceitos não contemplados na proposta daquele historiador de arte.

Essa retomada representou um avanço nos objetivos das pesquisas. O trabalho de investigação sobre a longa duração, baseado em fontes clássicas e na compreensão da arte de séculos passados, foi ampliado para uma investigação do campo da recepção das obras de arte. Novas categorias são incorporadas aos estudos, os quais consideram tanto os meios de circulação das imagens quanto

a participação do corpo do espectador. Apenas para citar alguns autores, temos: Stefanou (1981), Mitchell (1986, 1994), Belting (2006) e Versteegen (2014). Em todos esses autores, a retomada da iconologia expressa implicações com o campo da psicologia. Não obstante, a grande maioria dos estudos dialoga com a psicologia, mas é proveniente de outros campos, como a história da arte e a antropologia¹. Assim, torna-se uma questão relevante: como a psicologia interpreta as imagens e dialoga com as humanidades?

Nos trabalhos de Norval Baitello Júnior (2005), em filosofia da comunicação, a interpretação das imagens remete a uma arqueologia. O autor afirma o caráter histórico e cultural da investigação ao “considerar as facetas sombrias e silenciosas das histórias, das pessoas e das coisas que servem de ponto de partida (e de chegada) na vida das imagens” (p. 40). Por sua vez, Hans Belting propõe considerar o mental e o físico como dois lados de uma mesma moeda em um processo dinâmico entre a imagem, o meio e o corpo. Afirmou: “a interação das imagens mentais e das imagens físicas é um campo ainda largamente inexplorado, o qual concerne à política das imagens em relação ao que os franceses chamam de *imaginaire* de uma dada sociedade” (BELTING, 2006, p. 8).

J. W. Thomas Mitchell designou sua proposta de “iconologia crítica” quando publicou o livro *Iconology: image, text, ideology*, em 1986. Colocou em questão o que se fala em relação às imagens e os termos associados aos discursos, como *picturing, imagining, perceiving, likening, imitating...* Há uma retomada da proposição de um *logos* (palavra, ideia, discurso, ciência) dos *icons* (imagem, semelhança, *picture*) no duplo sentido da “retórica das imagens”: (1) o que se diz acerca das imagens, interpretações; (2) o que as imagens dizem, histórias, descrições. Na retomada de Mitchell (1986, p. 9), a iconologia torna-se não a ciência dos *icons*, mas a “psicologia política das imagens”.

O domínio das imagens inscreve-se em uma vertente política, tanto dos movimentos sociais organizados quanto das lutas cotidianas por expressão e linguagem. Em uma concepção fenomenológica, o mundo da vida é lugar das ações políticas mais que das teorias políticas (JUNG, 1972). Nesse sentido: “a política das imagens pode ser compreendida como ação política em grande parte pré-reflexiva, no sentido assinalado por Merleau-Ponty, nos atos cotidianos de seus autores no mundo da vida, uma luta não articulada em conceitos ou palavras, mas em imagens” (ANDRIOLO, 2014, p. 103).

Baitello (2005) explorou em detalhes a concepção de Belting acerca de imagens endógenas e exógenas, a partir das quais dois vetores estão em constante tensão: interiorização (força imaginativa) e exteriorização (força desvinculadora

1 Entre os autores aqui citados, apenas J. Stefanou desenvolveu seus estudos nos quadros institucionais da psicologia, na Universidade de Strasbourg, sob a orientação de Abraham Moles.

ou dissociativa). Em uma abordagem psicossocial, pode-se considerar de modo esquemático as imagens em dois movimentos conjugados para a compreensão política: dimensão “interna”, nas imagens lançadas pela pessoa em suas ações políticas na vida cotidiana; dimensão “externa”, situada no contexto das lutas políticas nas quais as imagens estabelecem medições entre os processos sociais (ANDRIOLO, 2014).

11.4 Fenomenologia social e experiência estética

Neste texto, a pesquisa sobre o processo de significação das imagens em psicologia social situa-se no quadro teórico da fenomenologia. No entanto, trata-se de uma abordagem empírica e social em fenomenologia, em atenção às narrativas, discursos, descrições de experiências relacionadas aos objetos icônicos e aos movimentos das imagens.

Os procedimentos de uma fenomenologia ligada à vida social partem dos estudos sociológicos de Alfred Schutz e Thomas Luckmann (1974), os quais têm demonstrado contribuição importante à psicologia em seus aspectos ligados ao conhecimento da vida cotidiana, assim como às implicações políticas (JUNG, 1972). Conforme essa abordagem, as formas e significados devem ser apreendidos na experiência, como aparecem na vida cotidiana de sujeitos, organizações e processos sociais. Nas palavras de Langdridge (2008, p. 1.132):

O objetivo para o pesquisador é trabalhar de modo reflexivo com os dados para identificar padrões e temas através da experiência. [...] Não obstante estes desenvolvimentos recentes parecerem muito diferentes dos primeiros estudos, os fundamentos filosóficos são os mesmos, com alguns deslocamentos de foco. O coração de toda a fenomenologia é a descrição das ‘coisas tal como aparecem’ através do foco na experiência ‘como vivida’ e isto se mantém verdadeiro para todas as metodologias que participam desta família qualitativa particular.

A pesquisa por meio da experiência procede a retomada da longa tradição de estudos críticos ao dualismo entre o objetivismo e o subjetivismo. Esse debate estava inscrito nos estudos científicos de J. W. von Goethe (2007). O escritor alemão disputou o processo do conhecimento em íntima relação sujeito-objeto, motivo pelo qual tem sido citado entre os precursores da fenomenologia. De fato, Goethe propôs uma morfologia cujos procedimentos aproximam-se do pensamento de Husserl em seus aspectos fundamentais (HEINEMANN, 1934), em uma sistemática de observação de fenômenos vivos a partir das formas para a compreensão dos significados subjacentes. Ao desenvolver um método de observação da natureza, Goethe intro-

duziu o corpo do observador como parte do processo do conhecimento, abrindo uma concepção que integra a experiência estética e a atividade imaginativa.

Nesse âmbito, está-se trabalhando com “visões fenomenológicas”, para lembrar as palavras de Moritz Geiger (1958), e não estritamente do movimento fenomenológico husserliano, bem como procedendo a um recorte na totalidade da experiência por meio do conceito de estética. Para Geiger, a fenomenologia estética é uma forma de conhecimento que consiste em um conjunto de práticas sinteticamente distribuídas em três características básicas: 1) deter-se e investigar os fenômenos; 2) tais fenômenos não são apreendidos em sua condição individual ou acidental, mas em seus “momentos essenciais”; 3) a essência não deve ser apreendida por dedução nem por indução, senão por intuição. A esses procedimentos, Geiger (1958, p. 95) acrescenta a relevância da imaginação do pesquisador em sua potencialidade para visualizar as diversas facetas do fenômeno e projetar suas formas no desenvolvimento histórico.

Dentre as contribuições da morfologia de Goethe para as ciências humanas, está a proposição acerca do fenômeno como expressão no espaço de um processo temporal. Por exemplo, Wladimir Propp (1970 [1928]) investigou a morfologia dos contos russos, propondo a transferência do projeto de Goethe para a literatura. Nota-se, a partir daí, uma vertente de conhecimento que reúne a psicologia e a história. Na micro-história de Carlo Ginzburg (1989), as categorias emergentes do estudo das fontes documentais são projetadas em eixos históricos, em uma análise morfológica e transcultural. O objetivo dessa abordagem é examinar as sobrevivências e transformações de crenças, valores, imagens etc. Diante da amplitude desse tema, trata-se aqui tão somente de assinalar a importância da interface da história com a psicologia; à psicologia, é necessário situar suas categorias no processo temporal de expressões no espaço social.

No campo fenomenológico, a concepção de estética tem variado muito desde a formulação original em Moritz Geiger (1958), seja em Dufrenne (1953), seja em Merleau-Ponty (1964), entre outros. Para a pesquisa empírica em fenomenologia social interessa, sobretudo, a experiência recolhida nas narrativas e nas imagens coletadas em processos específicos, de que emergem categorias próprias, não diretamente relacionadas aos conceitos da filosofia fenomenológica.

O conceito de campo estético proposto por Arnold Berleant (2000 [1970]), inicialmente de modo restrito à estrutura do campo artístico, considera a formação da experiência estética em torno do objeto ou o processo artístico, o objeto intencional que é esteticamente significativo quando ocorre uma transação engajada do observador. Nesse sentido, a compreensão dessa experiência reúne tanto os agentes participantes do campo – o artista, o espectador, o *marchand* etc. – quanto os elementos constitutivos do espaço e tempo do acontecimento do objeto ou processo artístico. Assim, o próprio ambiente é requisitado, bem como a cultura e a natureza.

Trata-se de uma concepção que considera o caráter participativo do observador. A experiência estética torna-se um dos fundamentos das relações sociais.

O procedimento central desta metodologia está em coletar escritos, narrativas e discursos em correspondência a séries de imagens, de modo a situá-los em um ambiente histórico e social. Desse modo, pretende-se compreender os instrumentos e as formas de interpretação das imagens, circunscrevendo conceitos e categorias (imitação, representação, *mimesis* etc.). Com vistas à observação do processo temporal e um determinado espaço social, *os procedimentos podem ser sintetizados da seguinte maneira*: (1) estabelecer um conjunto de imagens em séries temáticas e ordem cronológica; (2) examinar narrativas e discursos por meio de entrevistas ou fontes documentais (textos de jornais, revistas etc.) para a *delimitação de termos associados às imagens e seus significados*; (3) agrupamento de aparições de termos correspondentes aos diversos discursos e imagens; (4) *indicação de uma categoria, dentre os termos identificados*; (5) a categoria é considerada em referência à experiência estética, de modo a *fornecer o eixo em torno do qual as imagens e os discursos são organizados*; (6) articulação e discussão da categoria em relação a conceitos teóricos, em referência à psicologia, à cultura e à sociedade, com o objetivo de integrá-la em relações de significados na rede do processo histórico e do espaço social.

Nas ciências humanas, o mundo das imagens está inscrito em um campo interdisciplinar e, portanto, sujeito a perspectivas diversas provenientes das ciências da comunicação, da antropologia, da história da arte, entre outras além da própria psicologia. Muitos trabalhos recentes em psicologia seguem uma abordagem orientada pelas ciências da comunicação, em termos como “signo”, “mídia” e “informação” (PRZYBORSKI; SLUNECKO, 2012). Ao optar-se pela investigação por meio da experiência estética, os conceitos centrais tornam-se “símbolo”, “corpo” e “sensibilidade”. Ambas as orientações procuram aferir os significados das imagens, mas em dimensões diferentes da experiência.

11.5 Estética e engajamento

Hans Jauss (1978) dizia que não se pode resgatar dos fenômenos artísticos nenhuma ligação objetiva entre as obras que não seja estabelecida pelos sujeitos da produção e da recepção, ou seja, há um “caráter intersubjetivo” da sua continuidade e definidor de seu destino. A recepção estética da exposição de Arte Incomum, de 1981, foi estudada de modo fundamental por João Frayze-Pereira (1995) quando inaugurou no Brasil uma perspectiva de investigação na interface da psicologia com as artes. Afirmou Frayze-Pereira (1995, p. 139): “no face a face com as obras os leitores contemplam a origem que se perdeu, o mito que a sociedade não oferece mais e que a extrema racionalidade tecnocrática faz perder cada vez mais”.

A sociologia procurou circunscrever os “instrumentos de percepção”, como Bourdieu e Darbel (1966) examinaram a visitação de museus franceses. A estrutura social organiza a percepção, mas o faz em relação à história, ou seja, ao processo de duração das formas de perceber conforme determinadas categorias de julgamentos artísticos. Daí a afirmação de Bourdieu (1968, p. 649): “o olho é histórico” e a obra de arte é feita pelo menos duas vezes, uma pelo artista e outra pelo público. Em síntese, “entre o público e a obra de arte funda-se um campo intersubjetivo formado por discursos e imagens representativos de tempos históricos distintos; as mediações na recepção de tais obras possuem, na mesma medida, temporalidades diversas” (ANDRIOLO, 2010, p. 107).

A concepção de experiência estética considera o campo fenomenal (ou campo estético) formado por meio das imagens, não apenas em relação ao objeto artístico, mas a todo o processo de significação estética. Nas palavras de Berleant (2000 [1970], p. 6), o engajamento “expressa o tipo de envolvimento da percepção além dos limites convencionais da arte em um domínio mais vasto da experiência humana”. Essa proposta reconhece a percepção das imagens como uma transação engajada do observador, situado em um ambiente natural e cultural, conduzindo a uma fenomenologia descritiva e uma estética ambiental (BERLEANT, 1992).

Uma das principais contribuições de Berleant ao debate contemporâneo deve-se ao estudo da estética referindo sua definição etimológica (*aisthesis*, percepção pelos sentidos), situando um domínio da experiência no qual estamos corporal e ambientalmente engajados. A formulação desse filósofo acerca do engajamento foi originalmente apresentada em 1970, em seu primeiro livro dedicado ao campo estético, depois desenvolvido em *Art and engagement* (1991), tornando-se central em seus escritos. Compreender a experiência estética por meio do conceito de engajamento resulta da posição crítica à estética desinteressada, herdada do século XIX, e da proposição do conceito de estética como fundamento da vida social (BERLEANT, 2010, p. 61).

Do ponto de vista teórico, o conceito de engajamento foi desenvolvido a partir de Merleau-Ponty, assim como nas interfaces da psicologia, notadamente com Kurt Lewin, em seu *Principles of topological psychology*, e com a noção de arte como experiência de John Dewey. Arnold Berleant conduziu sua abordagem fenomenológica do campo artístico para o espaço ambiental e social, atingindo o domínio do que designou estética política. A construção social do conhecimento (SCHUTZ; LUCKMANN, 1974) é interpretada conforme a interação corporal, a partir do exame da experiência estética e das implicações políticas.

Tanto em Berleant quanto em Frayze, a experiência estética não se limita ao campo da visualidade. Ambos fazem compreender o processo social das imagens além dos domínios da cultura visual: como um movimento centrado no corpo do observador, a

partir do qual as imagens transitam e ganham significados. O engajamento do observador envolve todo o seu corpo e promove uma dinâmica entre o “mundo interior” e o “mundo exterior” a partir de relações entre o ambiente, os sentidos, as emoções, a cognição e as imagens mentais. Estes dois mundos não poderiam ser entendidos de modo dicotômico, senão como uma interação dinâmica e integradora de um fenômeno único, uma mescla no sentido merleau-pontiano.

Na área da psicologia, por exemplo, Gerald Cupchik (1992) propõe uma análise considerando vários níveis, a partir da qual o humano é reconhecido como uma totalidade e sua experiência organizada entre os níveis social, individual e fisiológico. Para esse autor, a experiência estética é dinâmica, tanto em processos *bottom-up* e *top-down* quanto na articulação individual e social: “episódios estéticos são únicos porque o *sensório material* e as *qualidades simbólicas* são frequentadas e integradas em uma experiência unificada” (CUPCHIK, 2002, p. 179, grifos do autor). Além disso: “uma vez que o tema é lançado dentro da integração, a experiência atinge todos os domínios do significado simbólico, tanto social quanto pessoal” (p. 180). Conforme Cupchik, dinâmica e integração podem ser compreensíveis no debate próprio da psicologia, em seu horizonte histórico. Neste caso, a imagem é examinada não como um objeto fixo, mas como um processo dinâmico de interação psíquica e social.

11.6 Considerações finais

Estes breves comentários acerca da proposição de recepção estética de João Frayze-Pereira, do conceito de engajamento de Arnold Berleant e da concepção dinâmica de Gerald Cupchik tiveram como objetivo responder à questão inicial sobre a dicotomia psíquico-social por meio do conceito de experiência estética. Considerando o fenômeno das imagens entre a situação corporal e os contextos sociais, a experiência estética é compreendida no mundo da vida.

Nos estudos de interpretação das imagens em psicologia social, pode-se notar duas contribuições preliminares. De um lado, a perspectiva da psicologia poderá contribuir com os debates surgidos na retomada da iconologia e na centralidade das imagens no mundo contemporâneo. Por outro lado, fornece uma abordagem complementar às investigações próprias do campo da psicologia, que vêm focalizando as imagens nas últimas décadas.

A experiência estética, compreendida por meio do engajamento do observador, faz pensar nas imagens a partir da atividade sensória, na qual os significados primários estão situados. A partir daí, a experiência da natureza e dos objetos culturais são articuladas em diferentes níveis de significação. Fatores sociais e culturais influenciam a experiência estética nas inter-relações do observador. Ao mesmo tempo em que informa o observador sobre seus diversos significados, a

imagem é produzida no interior de tradições culturais e sociais que dão forma aos significados socialmente estabelecidos.

No âmbito das pesquisas do Laboratório de Estudos em Psicologia da Arte, são exemplares abordagens por meio do método iconológico com imagens específicas: a tese de Danilo Ide, *Perambulações no bairro da Liberdade: passeios ao vivo e em vídeo com moradores locais* (2014) e o mestrado de Lígia Ungaretti Jesus, *Uma pesquisa visual e compartilhada de Paraty: fotografias e narrativas de representação da cidade* (2015). Embora estas iniciativas tenham lançado foco sobre os objetos icônicos (pinturas, fotografias, filmes etc.), ao considerar-se a experiência estética, tem-se por objetivo ampliar o campo da iconologia considerando, também, imagens literárias e musicais. Nesse sentido, tivemos oportunidade de trabalhar em nossa equipe com estudos provenientes de oficinas musicais com Marcelo Petrágia – *O fazer musical como caminho de conhecimento de si e conhecimento do outro no contexto empresarial* (2015) – e a interpretação de poesias realizada por Ricardo Mattos – *Roberto Piva: derivas políticas, devires eróticos & delírios místicos* (2015).

A definição original do termo *estética*, em sua etimologia, proposto por Alexander Gottlieb Baumgarten (1750), forneceu a conceituação de estética como a ciência do conhecimento sensório. Devido à vinculação com a categoria do belo, foi aproximada do debate das artes durante o século XIX (em uma concepção de arte acadêmica). Porém, tratava-se de uma ciência, e não uma oposição a esta, que exploraria a experiência sensória. Como lembrou Berleant (2010, p. 26), Baumgarten retomou o significado dos gregos, literalmente “percepção pelos sentidos” (*aisthesis*). Trata-se de um domínio central da experiência.

Nesse sentido, não se trata apenas dos instrumentos sensórios em sua constituição físico-química, mas da experiência integral do corpo em sua dimensão simbólica. Conforme ensinou Frayze-Pereira (2006), o corpo próprio realiza a união dos sentidos: “se há na coisa uma simbólica que vincula cada qualidade sensível às outras, não podemos esquecer que abraçado às coisas encontra-se o corpo” (p. 163). E conclui: “os aspectos sensoriais de uma coisa constituem conjuntamente uma mesma coisa, como o olhar, o tato e todos os sentidos são conjuntamente os poderes de um mesmo corpo integrados em uma única ação” (p. 163).

O que anteriormente se procurou evidenciar na abordagem iconológica, recordando Belting (2006), é que o mental e o físico são dois lados de uma mesma moeda no processo entre a imagem, o meio e o corpo. A revisão do conceito de estética permite ampliar os domínios da imagem. Ou seja, a imagem não se restringe ao campo da visualidade, uma vez que a experiência é unificada pelo corpo. Nas palavras de Norval Baitello Jr. (2005), além de visuais, as imagens podem ser configurações acústicas, olfativas, gustativas, táteis e proprioceptivas. Esta concepção tem um impacto fundamental para a psicologia social, porque situa a imagem também nos domínios do invisível. Conforme a definição original de *imago*, na origem latina,

a imagem correspondia ao retrato de uma pessoa morta – na forma de pinturas, esculturas, sobretudo de máscaras mortuárias de cera –, cuja manifestação material organizava a experiência social entre presença e ausência. Portanto, o fenômeno da imagem abriga um jogo essencial da estrutura simbólica da humanidade; integra o psíquico e o social ao mesmo tempo em que articula o visível e o invisível.

Referências

- ANDRIOLO, A. A política das imagens do inconsciente: psicologia social e iconologia crítica. *Revista Eletrônica Memorandum: memória e história em psicologia*, Minas Gerais, v. 26, p. 90-109, 2014.
- ANDRIOLO, A. A pintura é um traço de nossa relação histórica com o mundo. *Revista Poiésis*, Santa Catarina, v. 17, p. 77-90, 2011.
- ANDRIOLO, A. A recepção da exposição de arte incomum e a questão da duração dos julgamentos artísticos. *Revista Visualidades*, Goiás, v. 8, n. 2, p. 95-112, 2010.
- BAITELLO JR., N. *A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura*. São Paulo: Hacker, 2005.
- BELTING, H. *Image, medium, body: a new approach to iconology*. *Ghreb*, [S. l.], v. 8, p. 5-31, 2006.
- BERLEANT, A. *Sensibility and sense: the aesthetic transformation of the human world*. Exeter (UK); Charlottesville (US): Imprint Academic, 2010.
- _____. *The aesthetic field: a phenomenology of aesthetic experience*. Christchurch, New Zealand: Cybereditions Corporation, 2000. Edição original: 1970.
- _____. *The aesthetics of environment*. Philadelphia: Temple University Press, 1992.
- BOSCO, A. *Entre a essência e a construção*. Dissertação de Mestrado. Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2009.
- BOURDIEU, P.; DARBEL, A. *L'amour de l'art, les musées d'art européens et leur public*. Paris: Ed. Minuit, 1966.

BOURDIEU, P. *Economia das trocas simbólicas*. 3 ed. São Paulo: Perspectiva, 1992.

_____. *Éléments d'une théorie sociologique de la perception artistique*. *Revue Internationale des Sciences Sociales*, [S. l.] v. 20, n. 4, p. 640-664, 1968.

CASSIRER, E. *An essay on man: an introduction to a philosophy of human culture*. New Haven: Yale University Press, 1944.

CUPCHIK, G. *From perception to production: a multilevel analysis of the aesthetic process*. In: CUPCHIK, G.; LÁSZLÓ (Ed.). *Emerging visions of the aesthetic process: in psychology, semiology, and philosophy*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992. p. 83-117.

_____. *The evolution of psychical distance as an aesthetic concept*. *Culture & Psychology*, [S. l.], v. 8, p. 155-187, 2002.

DIAS, D. et al. (Org.). *Psicologia e fotografia*. Porto Alegre: Quixote, 2009.

DUFRENNE, M. *Phénoménologie de l'expérience esthétique*. Paris: PUF, 1953. (v. 1).

FORRESTER, M. *Psychology of the image*. London: Routledge, 2000.

FRANCASTEL, P. *Pintura e sociedade*. São Paulo: Martins Fontes, 1990. Edição original: 1951.

FRAYZE-PEREIRA, J. A alteridade da arte: estética e psicologia. *Psicologia USP*, São Paulo, v. 5, n. 1-2, p. 35-60, 1994.

_____. *Olho d'Água: arte e loucura em exposição*. São Paulo: Escuta, 1995.

_____. A dimensão estética da experiência do outro. *Pro-posições*, Campinas, v. 15, n. 1, p. 19-26, 2004.

_____. *Arte, dor: inquietudes entre estética e psicanálise*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2006.

GEIGER, M. *Problemática da estética e a estética fenomenológica*. Tradução N. Araújo. Salvador: Livraria Progresso, 1958.

GINZBURG, C. *Mitos, emblemas e sinais: morfologia e história*. São Paulo: Cia. das Letras, 1989.

GOETHE, J. W. *Teoría de la naturaleza*. Tradução D. S. Meca. Madrid: Tecnos, 2007.

HEINEMANN, F. Goethe's phenomenological method. *Philosophy*, [S. l.], v. IX, p. 67-81, 1934.

JAUSS, H. *Pour une esthétique de la réception*. Paris: Gallimard, 1978.

JUNG, H. Y. *An introductory essay: the political relevance of existential phenomenology*. In: JUNG, H. *Existential phenomenology and political theory*. Chicago: Regnery, 1972. p. XVII-LV.

LANGDRIDGE, D. Phenomenology and critical social psychology: directions and debates in theory and research. *Social and Personality Psychology Compass*, [S. l.], v. 2, issue 3, p. 126-1142, 2008.

MAURENTE, V.; TITTONI, J. Imagens como estratégia metodológica em pesquisa. *Psicologia e Sociedade*, Porto Alegre, v. 19, n. 3, p. 33-38, 2007.

MENSESES, U. História e imagem: iconografia/iconologia e além. In: CARDOSO, C. F.; VAINFAS, R. (Org.). *Novos domínios da história*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. p. 243-262.

MERLEAU-PONTY, M. *A fenomenologia da percepção*. São Paulo: Martins Fontes, 1999. Edição original: 1945.

_____. *L'oeil et l'esprit*. Paris: Gallimard, 1964.

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

_____. *Picture theory*. Chicago: University of Chicago Press, 1994.

NEIVA-SILVA.; KOLLER, S. H. O uso da fotografia na pesquisa em Psicologia. *Estudos de Psicologia*, Natal, v. 7, n. 2, p. 237-250, 2002.

PANOFSKY, E. *Studies in iconology: humanistic themes in the art of Renaissance*. New York: Harper & Row, 1967. Edição original: 1939.

PROPP, V. *Morphologie du conte*. Paris: Editions du Seuil, 1970.

PRZYBORSKI, A. & SLUNECKO, T. Learning to think iconically in the human and social sciences: iconic standards of understanding as a pivotal challenge for method development. *Integrative Psychological & Behavioral Science*, [S. l.], v. 46, n. 1, p. 39-56, 2012.

SATO, L. Olhar, ser olhado, olhar-se: notas sobre o uso da fotografia na pesquisa em psicologia social do trabalho. *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho*, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 217-225, 2009.

SCHUTZ, A.; LUCKMANN, T. *The structures of the life-world*. London: Heinemann Ed. Books, 1974.

STEFANOU, J. *Études des paysages dans la carte postale: une iconologie expérimental de l'image*. Thèse de Doctorat d'Etat. Strasbourg: 1981.

TITTONI, J. O fotografar, a poética e os detalhes. In: TITTONI, J.; ZANELLA, A. (Org.). *Imagens no pesquisar: experimentações*. Porto Alegre: Dom Quixote, 2011. p. 125-146.

VERSTEGEN, I. *Cognitive iconology: when and how psychology explains images*. Amsterdam: Rodopi, 2014.

WIESER, M.; SLUNECKO, T. Images of the invisible: an account of iconic media in the history of psychology. *Theory and Psychology*, [S. l.], v. 23, p. 435-457, 2013.

ZANELLA, A. Sobre olhos, olhares e seu processo de (re)produção. In: LENZI, L. et al (Org.). *Imagem: intervenção e pesquisa*. Florianópolis: Ed. UFSC/NUP/CED, 2006. p. 139-150.

_____.; TITTONI, J. (Org.). *Imagens no Pesquisar: experimentações*. Porto Alegre: Dom Quixote, 2011.