
Artigo Científico

Percepção estética e cultural de produtos regionais

Aesthetic perception and cultural of regional's products

Ana Luisa Boavista Lustosa Cavalcante^{✉, a}, Seila Cibele Sitta Preto^{✉, b}, Francisco Antônio Pereira Fialho^{✉, b} e Neri dos Santos

^aDepartamento de Design, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, Paraná, Brasil;

^bDepartamento de Engenharia e Gestão do Conhecimento, Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, Brasil

Resumo

O artigo aborda a percepção visual sobre a identidade cultural de um produto do artesanato regional, buscando compreender a interpretação sobre os valores estéticos e culturais agregados aos produtos. Para tanto, foi aplicada a um grupo de 16 graduandos do 4º ano do curso de Design de uma universidade estadual do Paraná, a ferramenta Diferencial Semântico cujos conceitos opostos foram retirados das Técnicas Visuais da sintaxe da linguagem visual. Os graduandos tiveram um tempo para assinalar quais dos conceitos antagônicos mais se aproximavam da imagem projetada, e no plano icônico o que era percebido. O resultado deste pré-experimento foi uma análise paramétrica entre o pré e o pós-teste e uma transcodificação das percepções visuais para a linguagem verbal a partir das verbalizações da mensagem percebida visualmente pelos graduandos. © Cien. Cogn. 2012; Vol. 17 (1): 152-165.

Palavras-chave: percepção estética; identidade cultural; sintaxe visual; produto regional.

Abstract

The article discusses the visual perception of the cultural identity of a regional product of handicrafts, seeking to understand the interpretation of the aesthetic and cultural values added to the products. Thus, it was applied to a group of 16 graduates of the 4th year of Design at a university in Paraná state (BR), the tool Semantic Differential whose concepts were taken from the opposite visual techniques of the syntax of visual language. The graduates took time to point out which of the opposing concepts came closest to the projected image and the iconic plane in what was perceived. The result of this experiment was a pre-parametric analysis between pre and post-test and a transcoding of visual perceptions to spoken language from

✉ - A.L.B.L. Cavalcante - Endereço para correspondência: Rodovia Celso Garcia Cid, Pr 445 Km 380, Campus Universitário. Cx. Postal 6001, Londrina, PR 86.051-980. *E-mail* para correspondência: anaboavista@uel.br; **S.C.S. Preto** - Endereço para correspondência: Rodovia Celso Garcia Cid, Pr 445 Km 380, Campus Universitário. Cx. Postal 6001, Londrina, PR 86.051-980; **F.A.P. Fialho** - Endereço para correspondência: Campus Universitário, Centro Tecnológico (CTC), Caixa Postal 476, Trindade, Florianópolis, SC 88.040-970. *E-mail* para correspondência: fapfialho@gmail.com; **N. dos Santos** - Endereço para correspondência: Campus Universitário, Centro Tecnológico (CTC), Caixa Postal 476, Trindade, Florianópolis, SC 88.040-970. *E-mail* para correspondência: nerisantos@gmail.com.

verbalizations of the message visually perceived by graduates. © Cien. Cogn. 2012; Vol. 17 (1): 152-165.

Keywords: *aesthetic perception; cultural identity; visual syntax; regional product.*

1. Introdução

A percepção visual de um produto pôde ser verificada por meio de um pré-experimento que utilizou os conceitos da sintaxe da linguagem visual aplicada em uma escala de medição de atitude. Com o objetivo de compreender a percepção visual, estética e cultural de produtos com identidade regional realizou-se estudo sobre a integração das “Técnicas Visuais” com a escala de medição “Diferencial Semântico”, aplicando-a ao grupo selecionado em duas etapas: o pré e o pós-teste. Para tanto, este trabalho se fundamentou teoricamente em estudos sobre a sensação, a percepção, a interpretação, a semântica e o significado com ênfase na percepção estética e no valor como dado perceptivo, na identidade cultural e no produto regional, sendo este último o objeto do experimento. Dos procedimentos metodológicos, optou-se pela modalidade pré-experimento, um tipo de pesquisa experimental que se caracteriza pela falta de aleatoriedade na seleção dos participantes da pesquisa. Ao final, realizou-se uma análise comparativa entre os resultados das tabelas dos pré e pós-testes, configurando as percepções individuais e coletivas.

2. Fundamentação teórica

2.1. Sensação e percepção

Os seres humanos quando expostos as situações do mundo não são passivos, buscam encontrar respostas às próprias ansiedades a partir das situações em que se defrontam (Fialho, 2011, p. 48).

A sensação, de acordo com Merleau-Ponty (1999, p. 23-24) é o modo pelo qual alguém é afetado. Em uma experiência perceptiva, questiona-se a crença na distinção de uma camada de “impressões”. Cada parte expressa algo a mais do que o contido na mesma. Esta é uma percepção elementar que já está impregnada de um sentido. Para Penna (1997, p. 11), o ato de perceber implica a proximidade do objeto no tempo e no espaço. Isto significa que as percepções ocorrem quando o objeto faz parte do tempo ou então podem ser imaginados e não percebidos. Além de objetos concretos, percebem-se os ideais e suas relações. Estas últimas foram mais exploradas pelos *gestaltistas*. A apreensão das relações ocorre diante da totalidade da situação concreta. A assimilação isolada ou a sua abstração faz parte dos processos intelectuais, entretanto, a percepção absorve as unidades concretas que as compõem. (Penna, 1997, p. 12).

Gibson (1950, p. 12) cita que a psicologia contemporânea, influenciada pela *Gestalt*, tende a considerar apenas a percepção. Esta, para Nóbrega (2008, p. 141), é compreendida pela *gestalt* por meio da noção de campo, as sensações não são elementares e nem os objetos isolados. A percepção é uma interpretação provisória e inacabada.

2.2. Percepção estética e o valor como dado perceptivo

A partir de Wertheimer, os valores não são separados dos fatos (Penna, 1997, p. 88). Os objetos são portadores de determinadas configurações, assim como de valores. Ao se aplicar o conceito de expressão às formas, objetos, cores etc. se afirma que estes possuem a

propriedade de emocionar. Para Arnheim (2002, p. 438), o fenômeno da expressão¹ tem sido discutido como manifestação física de processos psíquicos. Esta não se limita aos organismos possuidores de consciência (Penna, 1997, p. 90). A expressão tem relação com a precisão da informação. Na expressão, o significado ainda é subjetivo. Diferente do significado pré-determinado e do objetivo da comunicação.

Além do valor como propriedade do ser, há a questão da propriedade dos aspectos afetivo-emocionais sobre os puramente existenciais ou formais no domínio da percepção. Esta questão foi levantada, conforme Penna (1997, p. 91), pela Escola de *Leipzig* (Kruger, Volkelt, Sander etc.). Tal tese é aceita também pelos gestaltistas da Escola de Berlim.

Penna (1997, p. 93) cita o trabalho de Mikel Dufrenne intitulado “*Phénoménologie de l’Experience Esthétique*” como destaque para a importância da experiência perceptual na posição fenomenológica, pois é ela que expressa o que de mais essencial se destacaria na “*intencionalidade*”. Dufrenne enfatiza o fato de que a forma explica a reciprocidade específica entre sujeito e objeto. Dufrenne também distingue as formas de experiências perceptivas em: *forma comum* e *estética* com consideráveis diferenças entre ambas.

A percepção estética é conceituada como forma real (“*perception royale*”), pois o ato perceptual é revelado em toda sua pureza. É então pura percepção, “compondo-se como forma privilegiada de apreensão de uma presença”. A percepção estética, como indica Dufrenne, cumpre a redução fenomenológica por meio de um processo de neutralização do real e do irreal. Porém, no que se refere ao status do objeto estético, Dufrenne destaca que o mesmo só se realiza pela presença do receptor que o contempla, o explicita e o atualiza. Na ausência do observador preparado, o objeto estético pode não se revelar ou apenas permanecer como realidade física. A percepção estética “esgota a aparência para identificar o *aparecer com o ser*” (Penna, 1997, p. 94-95).

Ao delinear sobre os fatores sociais da percepção, Penna (1997, p. 41-45), trata da subordinação dos processos perceptuais aos padrões do grupo. Destaca os experimentos de Muzafer Sherif, com perspectiva influenciada pelos integrantes da Escola Gestaltista, que verificou a tendência das diferenças individuais registradas a desaparecer em favor de um padrão homogêneo sempre quando os experimentos eram realizados coletivamente.

2.3. Interpretação, semântica e significado

Interpretação (lat. *interpretatio*) pode ser entendida como uma reconstrução de um pensamento ou texto cujo sentido não é imediatamente claro (Japiassú & Marcondes, 2001, p. 106). Em Silveira Bueno (1996, p. 371), interpretação é um esclarecimento. É como alguém desempenha algum papel, uma representação e, como tal, é tornar presente à consciência uma realidade externa.

A semântica (do gr. *semantikós*: que significa) é, conforme Japiassú e Marcondes (2001, p. 244), a “Teoria do Significado”. Refere-se “à relação entre os signos e o real”². Possui como conceitos fundamentais: o significado (relação de referência e sentido³), a referência (relação entre o signo linguístico e o objeto real) e a verdade (correspondência efetiva entre o signo e o objeto nessa relação). As teorias semânticas podem ser divididas como convencionalistas, construtivistas, naturalistas, verificacionistas, entre outras. (Japiassú & Marcondes, 2001, p. 244).

2.4. Mensagens plásticas, técnicas visuais e o diferencial semântico: uma integração

As mensagens visuais são, para Dondis (1997, p. 85-105), expressadas e recebidas em três níveis, a saber: o representacional (o que se vê e se identifica com base no meio e na

experiência); o abstrato (simplificação com significado intenso e condensado); e o simbólico (os sistemas codificados e atribuídos de significado arbitrariamente pelo homem). Tais níveis possuem características específicas, isoladas e definidas. Eles se constituem na anatomia da mensagem visual, sendo o “representacional” o nível mais eficaz na comunicação forte e direta, a “abstração” que é fundamental para o desenvolvimento de um projeto visual e o “simbólico”, um componente substancial dos atributos totais de um objeto e uma força interativa a ser abordada em termos de significado e aspecto visual.

Na comunicação visual, o conteúdo não está dissociado da forma. Sua mensagem é composta tendo em vista um objetivo que se pretende reforçar as intenções expressivas (Dondis, 1997, p. 131).

Ver é natural ao organismo humano e a percepção é “um processo de capacitação”. Sua técnica principal na transmissão do significado em uma composição visual é, conforme Dondis (1997, p. 137), o contraste que proporciona maior visibilidade entre as partes de uma composição visual.

Para a expressão visual de um conteúdo, no caso da função ser informativa, uma variedade de meios é oferecida. Dentre tais meios, há as abordagens antagônicas de um significado. Estas são apresentadas por Dondis (1997, p.139) como técnicas de comunicação visual que embora não sejam utilizadas em seus extremos de intensidade devem seguir claramente um caminho.

A tabela 1 demonstra a ‘Escala de Diferencial Semântico’ utilizada para analisar uma composição visual. Esta tem a intenção de medir o significado conotativo de uma imagem. É uma escala bipolar de adjetivos com sete intervalos entre eles. Verifica-se o quanto um objeto se encontra próximo a um adjetivo (Osgood, Suci & Tannenbaum, 1957).

Conforme Martins e Theóphilo (2009, p. 97-98), o Diferencial Semântico é uma escala para medir atitudes, que explora “as dimensões do significado de objetos, símbolos ou representações sociais” e “[...] consiste em uma série de adjetivos extremos que qualificam um objeto de atitude, ante o qual se solicita a reação do respondente. Isto é, o sujeito tem que qualificar o objeto de atitude em um conjunto de adjetivos bipolares, entre os quais se apresentam várias opções” (Martins & Theóphilo, 2009, p. 97).

Tais duplas de adjetivos bipolares foram retiradas das Técnicas Visuais - Estratégias de Comunicação, propostas por Dondis (1997, p. 131-160) que demonstram a polaridade entre harmonia e contraste. Estas podem auxiliar na análise visual de uma composição, intensificando a percepção visual na conexão entre o escopo e o resultado esperado em um produto visual. São dezenove duplas de conceitos opostos propostas por Dondis que oferecem uma variedade de meios para a expressão visual do conteúdo.

A seguir, apresentam-se as duplas de conceitos propostas por Dondis: o *equilíbrio* é o elemento mais relevante depois do *contraste*, pois se baseia na percepção humana e na necessidade de sua presença diante de uma manifestação visual. Seu oposto é a instabilidade que é a ausência de equilíbrio, “uma formulação visual inquietante e provocadora”. A simetria e a assimetria podem manifestar visualmente o equilíbrio. Na primeira, o mesmo é axial e, na segunda, é obtido pela variação de elementos e posições desses elementos. A regularidade é uma técnica visual que se constitui na uniformidade dos elementos. Seu contrário é a irregularidade, estratégia que enfatiza o inesperado. A simplicidade e a complexidade são estratégias em que uma enfatiza a uniformidade e a outra compreende uma complexidade visual composta de inúmeras unidades. A unidade-fragmentação é técnica visual antagônica que conserva padrões similares. A economia é percebida em uma organização visual parcimoniosa em sua utilização dos elementos compositivos. Já a profusão, oposto da economia, é uma técnica de enriquecimento visual. A minimização procura a máxima resposta a partir do mínimo e o exagero recorre à extravagância em sua tentativa de ampliar e

intensificar. A polaridade dos conceitos previsibilidade-espontaneidade se caracteriza pelo planejamento capaz de prever em um e inexistente em outro. A atividade sugere o movimento e o conceito estase apresenta um efeito de repouso e tranquilidade. A sutileza é uma abordagem visual delicada e óbvia e a ousadia é audaz, procurando obter máxima visibilidade. A neutralidade é uma técnica utilizada quando se necessita de uma manifestação visual menos provocadora. E a ênfase é o realce de apenas um detalhe em um objeto visual em que predomina a uniformidade. A transparência e a opacidade se definem mutuamente em termos físicos, uma pela limpidez e outra pelo ocultamento. A estabilidade é a técnica que expressa uma uniformidade e coerência visual. Seu oposto, a variação oferece diversidade e sortimento. A exatidão é o modelo utilizado no estilo realista, sendo que a distorção é a técnica que altera a realidade. A planura-profundidade são técnicas que se baseiam no uso e ausência de perspectiva. A singularidade é o foco dado a um tema isolado em uma composição visual e a justaposição, seu oposto, exprime a interação entre estímulos visuais. A sequencialidade segue um padrão rítmico, já o acaso é uma desorganização intencional ou acidental de uma informação visual. A agudeza se apresenta a partir da precisão, da clareza e da rigidez. Já a difusão é suave, sem precisão. A repetição é a técnica visual em que as formas se propagam criando um padrão. A episodicidade, conceito antagônico da repetição, indica a desconexão, embora reforce a qualidade individual das partes de um todo (Dondis, 1997, p. 141-159).

Tais conceitos das técnicas visuais são apenas algumas possibilidades de se analisar ou criar uma composição visual na busca de uma linguagem visual. Lupton e Phillips (2008) oferecem em *Novos Fundamentos do Design* algumas reflexões acerca da estrutura e do experimento com composições visuais, buscando estudar e criar formas mais refinadas ou que expressem um novo sentido.

2.5. Identidade cultural e produto regional

Trabalhar com a identidade cultural e o produto regional requer reflexão sobre identidade, cultura e conhecimento sobre o produto regional de uma cultura ou determinada comunidade.

Segundo Castells (1997), as identidades contêm fontes de significados originadas pelos atores da comunidade construídas pelo processo de individualização, coletividades e sua interiorização. As identidades possibilitam uma reconciliação entre a cultura e natureza, apresentando uma nova filosofia de vida.

Villas-Boas (2002) diz que as culturas são potencialmente autênticas e estão à espera de serem descobertas e resgatadas. A cultura autêntica se manifesta pelas camadas com menores influências externas no caso as camadas populares. A cultura, então, está diretamente ligada à identidade, distinguindo o que é interno do externo.

Para Geertz, o conceito de cultura:

“denota um padrão de significados transmitido historicamente, incorporado em símbolos, um sistema de concepções herdadas expressas em formas simbólicas por meio dos quais os homens comunicam, perpetuam e desenvolvem seu conhecimento e suas atividades em relação à vida.” (Geertz, 1989, p. 66)

Para Canclini (1983), a cultura representa as relações sociais produtivas além de contribuir na transformação e criação de novas relações com significados tangíveis e intangíveis. A cultura é um processo social gerador de significados como valores e crenças capaz de transformar a maneira de viver.

Segundo Krucken (2009, p.17), os produtos locais se referem a manifestações culturais encontradas nos territórios e na comunidade. Estes envolvem recursos da biodiversidade, modos tradicionais de produção, costumes e hábitos de consumo. O potencial de uma produção local está relacionado às características tais como qualidade intrínseca e autenticidade, processo de produção, aspectos legais referentes ao consumo, aspectos culturais e sociais que vinculam a identidade regional da comunidade produtora local.

Conforme Krucken (2009, p. 17), a valorização dos recursos e produtos locais é um tema rico e complexo por envolver concomitantemente as dimensões físicas e cognitivas. Perceber as qualidades locais para compreender as relações produtivas e de consumo.

Esta é uma forma de contribuição para a visibilidade da história que contém o produto. Esta história comunica elementos culturais e sociais correspondentes ao produto, possibilitando ao consumidor a devida avaliação e apreciação. Esta visibilidade também pode contribuir para a proteção do patrimônio cultural e a diversidade das culturas.

3. Materiais e método

O procedimento utilizado foi um experimento com o propósito de identificar relações de causa e efeito entre as variáveis selecionadas para a análise. Mesmo podendo ser controlado, o experimento não é totalmente passivo, pois tem a interferência do pesquisador no processo de observação. A modalidade utilizada nesta pesquisa foi o pré-experimento em que se aplicou, em um único grupo, o pré e o pós-teste. (Martins & Theóphilo, 2009, p. 58).

Deste modo, o pré-experimento sobre a percepção estética e cultural da linguagem visual de produto regional foi conduzido integrando a técnica de coleta de dados e evidências “Escala de Diferencial Semântico” (Osgood *et al.*, 1957; Martins & Theóphilo, 2009, p. 97-98) com as Técnicas Visuais (Dondis, 2000) em um único instrumento de medição de atitudes, codificado de +3 a -3 cada dupla de conceitos antagônicos.

Ressalta-se que a aplicação desta técnica do tipo escala de medição de atitudes se justifica pelo uso de variáveis qualitativas (Martins & Theóphilo, 2009, p. 95). Neste caso, a série qualitativa, representada pelas Técnicas Visuais, foi adaptada para representar uma série quantitativa.

“As escalas sociais e de atitudes tornam possível essa “transformação”, viabilizando possíveis mensurações de diversos fenômenos sociais expressos por meio de variáveis qualitativas, as quais não possibilitariam medições.” (Martins & Theóphilo, 2009, p. 95).

O pré-experimento foi delineado da seguinte forma:

- reuniu-se em uma sala de aula um grupo de 16 estudantes do 4º ano do curso de graduação de Design Gráfico de uma universidade estadual do Paraná. Este grupo experimental foi selecionado por já ter sido administrado o conteúdo nas disciplinas de ‘Sintaxe Visual’ no 1º ano do curso e ‘Metodologia do Projeto’ no 2º ano:

- os participantes foram convidados a participar da pesquisa e receberam um termo de consentimento livre e esclarecido.

- os materiais e equipamentos utilizados foram: o *DataShow*; o *LapTop*; duas cópias impressas da tabela de Escala de Diferencial Semântico e uma caneta para cada participante.

- em sala de aula com mobiliário adequado (ver figura 2) projetou-se, como estímulo visual, o objeto de análise que foi uma imagem ampliada de um produto regional do Paraná pertencente ao Programa Trinacional de Artesanato – *Ñandeva*⁴ (ver figura 1).



Figura 1 - Tabuleiro de jogo de xadrez - Produto artesanal de Adriana P. Santos. Fonte: *Ñandeva* – Programa Trinacional de Artesanato (2010, p. 71).



Figura 2 – Imagem projetada em sala de aula.

- para o pré-teste, cada participante teve 20 minutos para preencher, individualmente, a Escala de Diferencial Semântico (ver tabela 1), selecionando em cada uma das duplas de conceitos bipolares das Técnicas Visuais o grau, em uma escala codificada de +3 a -3, que melhor representava sua percepção estética e cultural a respeito da imagem projetada, objeto de análise.



Figura 3 – Pré-teste: Percepção Estética Individual.



Figura 4 - Pós-teste: Percepção Estética Coletiva.

A tabela 2 indica o número de respondentes para cada grau da Escala e foi dada ênfase (grifado em tons de vermelho) ao grau que a maioria dos respondentes assinalou, considerando também as outras respostas individuais na somatória dos pontos. Esta tabela é o resultado do pré-teste, sendo denominada de “Percepção Estética Individual”.

HARMONIA	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	CONTRASTE
Equilíbrio	1	1	3	2	4	4	1	Instabilidade
Simetria		1	1	1	1	10	2	Assimetria
Regularidade		2	3	2	4	4	1	Irregularidade
Simplicidade	1		2	2	3	7	1	Complexidade
Unidade		1	4	4	2	4	1	Fragmentação
Economia		1	1	2	7	4	1	Profusão
Minimização		2	1	2	4	7		Exagero
Previsibilidade		1	2	1	4	2	6	Espontaneidade
Estase	2	4	3	1	4	2		Atividade
Sutiliza	1	3	1	1	5	5		Ousadia
Neutralidade			1	2	3	5	3	Ênfase
Opacidade	11	3	1			1		Transparência
Estabilidade			1		7	3	4	Variação
Exatidão			3		7	4	2	Distorção
Planura			2		1	7	6	Profundidade
Singularidade			1	2	5	7	1	Justaposição
Sequencialidade	2	3	2	2	5	1	1	Acaso
Difusão		7	2	4	1	2		Agudeza
Repetição	2	3	6	1	3		1	Episodicidade

Tabela 1 – Resultado da tabulação do Pré-teste: Percepção Estética Individual, utilizando a integração da Escala de Diferencial Semântico e as Técnicas Visuais. Fonte: própria, baseada em Osgood, Suci & Tannenbaum (1957) e Dondis (2000, p.24).

- para o pós-teste os estudantes se dividiram em quatro equipes com quatro participantes, respondendo, cada equipe, uma única Escala com a duração de 15 minutos. O grupo discutia e selecionava, em cada uma das duplas de conceitos, o grau em uma escala de +3 a -3 que

melhor representasse a percepção estética e cultural do grupo da imagem projetada, aqui denominada de “Percepção Estética Coletiva” Um dos alunos ficava encarregado de fazer as marcações na Escala (ver figura 4).

HARMONIA	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	CONTRASTE
Equilíbrio		1		1	1	1		Instabilidade
Simetria						4		Assimetria
Regularidade			1		1	2		Irregularidade
Simplicidade					4			Complexidade
Unidade			1	2		1		Fragmentação
Economia			1		2	1		Profusão
Minimização				3	1			Exagero
Previsibilidade			1		2	1		Espontaneidade
Estase			3			1		Atividade
Sutiliza			1	2	1			Ousadia
Neutralidade				1	1	2		Ênfase
Opacidade	4							Transparência
Estabilidade				1	2	1		Variação
Exatidão					3	1		Distorção
Planura						3	1	Profundidade
Singularidade					1	3		Justaposição
Sequencialidade		1	2				1	Acaso
Difusão		2			1	1		Agudeza
Repetição		1	1	1		1		Episodicidade

Tabela 2 - Resultado da tabulação do Pós-teste: Percepção Estética Coletiva, utilizando a integração do Diferencial Semântico e Técnicas Visuais. Fonte: própria, baseada em Osgood, Suci & Tannenbaum (1957) e Dondis (2000, p. 24).

- ao final cada equipe descreveu a Mensagem Plástica. De acordo com Joly (2000, p. 72), a transcodificação das percepções visuais para a linguagem verbal foi realizada de modo que os estudantes pudessem discutir em grupo com maior literalidade por 10 minutos, percebendo as

diferenças entre pontos de vista, tanto individual, como coletivo com diversidade de formulações. Verificou-se a passagem do “percebido” ao “nomeado”, indicando a percepção cultural das formas. Joly (2000, p. 72) denomina esta ação de verbalização da mensagem visual.

A seguir trechos das verbalizações da imagem projetada para os estudantes, participantes do pré-experimento:

- Grupo 1 - *“Transfiguração de uma situação do cotidiano, de aspecto cultural e regional”*;
- Grupo 2 - *“Tabuleiro de xadrez, cujas peças são representadas com signos relacionados à cultura regional e ao contraste com um jogo erudito. Sociedade regional x Jogo de xadrez”*. (este grupo comentou sobre a disseminação do conhecimento do jogo para a comunidade regional e das especificidades culturais representadas neste jogo de xadrez para outras sociedades);
- Grupo 3 - *“Releitura, adaptada em uma realidade regionalista brasileira, onde cada peça interpreta o papel dualista do jogo e da cultura”*. (este grupo citou exemplos regionalistas, tais como: casamento caipira, festa junina);
- Grupo 4 - *“Imagem tende a um aspecto contrastante e heterogêneo”*.

Todo o procedimento teve a duração de 45 minutos e, após as verbalizações da mensagem visual pelos estudantes, as pesquisadoras tabularam e analisaram as respostas.

3.1. Análises da percepção individual e coletiva

Individualmente, os estudantes qualificaram o objeto de estudo de modo não homogêneo. Como já mencionado, foram grifados em vermelho os graus mais assinalados pelos respondentes, entretanto foram também consideradas as outras marcações, pois demonstram as divergências na percepção estética de cada respondente. A linha em magenta na figura 5 representa graficamente a variação na escala, demonstrando que o objeto de estudo é mais contrastante do que harmônico na percepção estética individual.

Coletivamente, verifica-se a coerência na qualificação do objeto de estudo. Os graus mais assinalados pelos respondentes, em cada dupla de conceitos, foram grifados em azul. A linha amarela representa, graficamente, a variação na Escala, demonstrando que a percepção estética coletiva também evidenciou o contraste da composição visual do objeto de estudo.

A análise comparativa demonstrou viabilidade no uso das técnicas visuais de Dondis (2000) como duplas de conceitos antagônicos em uma escala de Diferencial Semântico, em um grupo de estudantes de Design com conhecimento anterior sobre o assunto e prática na análise de composições visuais.

4. Resultados e discussão

Esta análise permitiu uma simplificação na obtenção da ideia central da imagem projetada percebida pelos estudantes a partir das técnicas visuais retiradas da sintaxe da linguagem visual, possibilitando a percepção estética da imagem projetada e, conseqüentemente, do produto de uma cultura regional.

A tabela 3 demonstra o resultado da análise comparativa entre os pré e pós-testes apresentando, graficamente, uma variação na marcação da escala dos conceitos bipolaridade /minimização/exagero e unidade /fragmentação, sendo que as demais duplas conceituais se mantiveram coerentes. Verificou-se com este resultado a eficácia da Escala de Diferencial Semântico integrada às Técnicas Visuais. Embora tenha permitido tal resultado, percebe-se

que algumas duplas conceituais causam dúvidas aos estudantes pela similaridade dos conceitos, tais como: *minimização/exagero* cujo conceito foi confundido com o de *economia/profusão*. Na outra dupla *unidade/fragmentação*, a maioria dos estudantes, individualmente, optou pelo conceito *unidade*, o qual corresponde ao objeto de estudo que apesar de possuir formas diferentes das peças mantêm o mesmo padrão visual. Coletivamente, os estudantes optaram pelo conceito *fragmentação* entendendo que as formas se apresentam com diversidade de padrões.



Figura 5 – Análise comparativa entre os resultados dos pré e pós-teste. Fonte própria, baseada em Osgood, Suci & Tannenbaum (1957) e Dondis (2000, p. 24).

O objeto de análise é uma representação visual do produto e não o próprio produto, ou seja, foram percebidos pelos estudantes por meio das Técnicas Visuais outros conhecimentos da sintaxe da linguagem visual, anteriormente incorporados pelos mesmos. No momento da análise, os estudantes percebiam também os elementos básicos, as formas, as estruturas, os fundamentos sintáticos, a perspectiva, o enquadramento, as cores, a iluminação, a textura entre outros conhecimentos do Design.

De acordo com Joly (2000), a crença de que o hábito da análise mata o prazer estético é um erro, pois:

“a análise continua sendo um trabalho que exige tempo e que não pode ser feito espontaneamente [...] sua prática pode a *posteriori* aumentar o prazer estético e comunicativo das obras, pois aguça o sentido da observação e o olhar, aumenta os conhecimentos e, desse modo, permite captar mais informações [...] na recepção espontânea das obras.” (Joly, 2000, p.47)

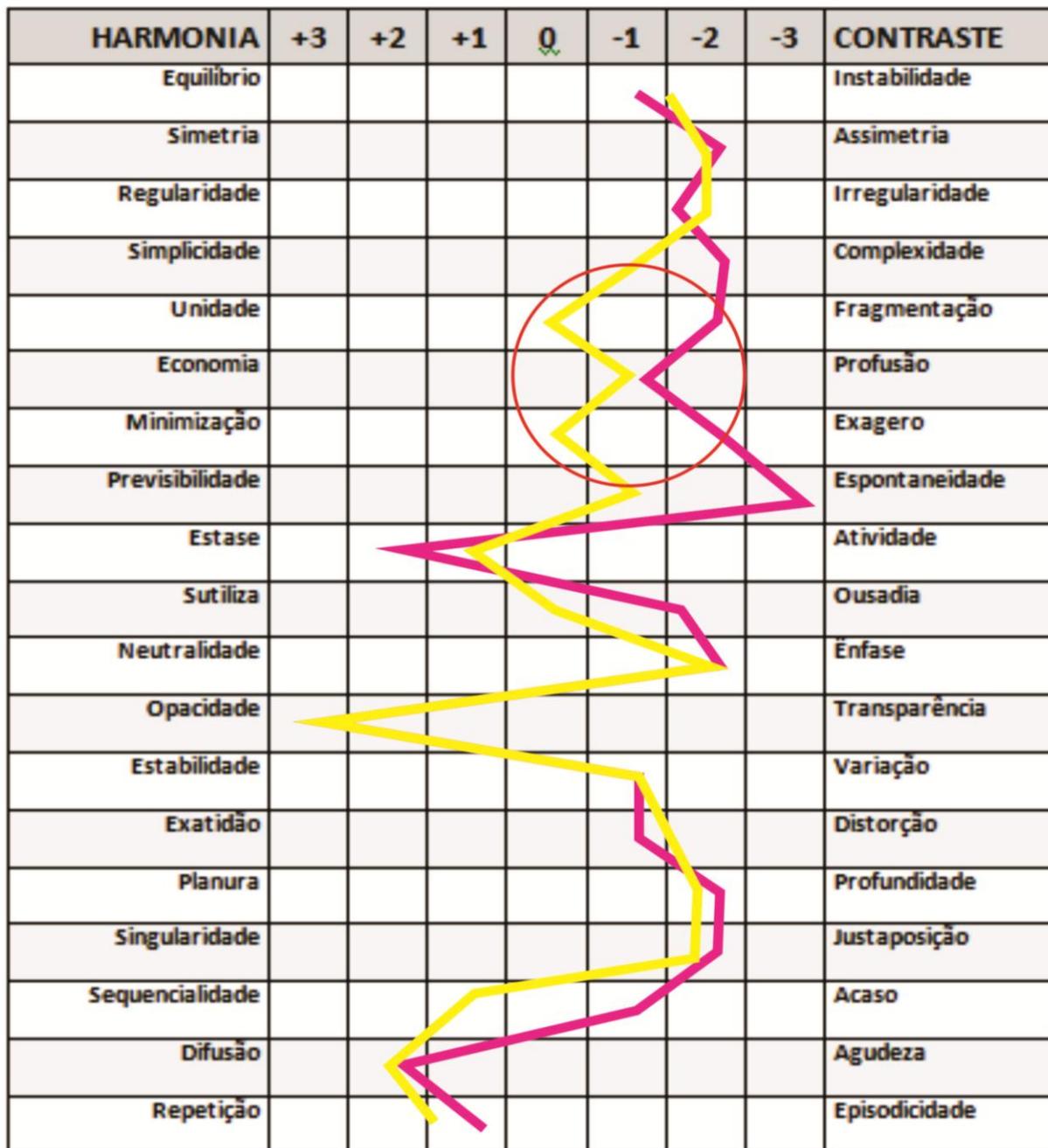


Tabela 3 - Resultado da análise comparativa entre o Pré e Pós-teste. Fonte: própria, baseada em Osgood, Suci & Tannenbaum, (1957) e Dondis (2000, p. 24).

O exercício da análise da percepção estética e da identidade cultural de produtos regionais proporcionou a visualização das manifestações culturais que carregam um conjunto de elementos determinantes da essência e da personalidade dos produtos regionais os quais possui identidade e modo de pertencimento de uma determinada região.

5. Considerações finais

A percepção estética e cultural foi estudada a partir da utilização integrada da escala de medição Diferencial Semântico e as Técnicas Visuais (Dondis, 2000). A escala foi

aplicada em duas etapas: pré e pós-teste em que os resultados foram estudados, separando-os em percepção individual e coletiva. Ao comparar as escalas, verificou-se a síntese das significações plásticas verbalizadas pelos estudantes.

Este pré-experimento possibilitou a sistematização das informações para a realização de uma análise da percepção visual estética e cultural, que também proporcionou uma das funções primordiais de uma análise, apontada por Joly (2000): a função pedagógica.

O exercício da análise visual aperfeiçoa a percepção, principalmente no caso de estudantes de design, futuros profissionais. Por outro lado, enfatizou-se neste experimento a crescente atuação do designer junto a comunidades produtivas regionais que para tanto se necessita de uma sensibilidade, sendo esta a essência para a obtenção de um resultado autêntico.

6. Referências bibliográficas

- Bechtel, B.R.; Marans, R.W.; Michelson, W. (Ed.) (1990). *Methods in environmental and behavioral research*. Florida: Robert E. Krieger Publishing Company.
- Bourdin, A. (2001). *A questão local*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Canclini, N. (1983). *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo, Brasiliense.
- Castells, M. (1997). *O poder da identidade: A era da Informação: economia, sociedade e cultura*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Fialho, F.A.P. (2011). *Psicologia das Atividades Mentais: introdução às ciências da cognição*. Florianópolis: Ed. Insular.
- Geertz, C. (1989). *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro, Zahar Editoras.
- Gibson, J. (1979). *The Ecological Approach to Visual Perception*. New Jersey, USA: Lawrence Erlbaum Associates.
- Japiassú, H.; Marcondes, D. (2001). *Dicionário Básico de Filosofia*, 3ª Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Joly, M. (2000). *Introdução à Análise da Imagem*, 3ª Ed. Trad. Marina Appenzeller, Campinas: Papyrus.
- Krucken, L. (2009). *Design e Território: Valorização de identidades e produtos locais*. São Paulo: Studio Nobel.
- Lupton, E.; Phillips, J.C. (2008). *Novos Fundamentos do Design*, (Borges, C. Trad.), São Paulo: Cosac Naify.
- Martins, G. de A.; Theóphilo, C.R. (2009). *Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas*, São Paulo: Atlas.
- Merleau-Ponty, M. (1999). *Fenomenologia da Percepção*. (Moura, C.A.R.de, Trad.), 2ª Ed. São Paulo: Editora Martins Fontes.
- Nóbrega, T.P. (2011). *Corpo, percepção e conhecimento em Merleau-Ponty - Estudos de Psicologia*, 2008, 13(2), pp.141-148. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/epsic/v13n2/06.pdf>> Acesso em: 01 jun. 2011.
- Osgood, C.E.; Suci, G.; Tannenbaum, P. (1957). *The measurement of meaning*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Penna, A.G. (1997). *Percepção e realidade: introdução ao estudo da realidade perceptiva*. Rio de Janeiro: Imago Ed.
- Santaella, L. (1998). *A Percepção: Uma teoria semiótica*, São Paulo: Experimente, 2º Ed.
- Queluz, M.L.P. (2005). *Design & Cultura*, CEFET-PR, Curitiba: Ed. Sol.
- Villas-Boas, A. (2002). *Identidade e Cultura*. Rio de Janeiro: 2AB.

Notas:

- (1) A expressão para Arnheim (2002, p. 438) é usada para finalidades perceptivas e estéticas.
- (2) Na divisão tradicional das ciências da linguagem (Japiassú & Marcondes, 2001, p. 244).
- (3) Sentido é o modo pelo qual a referência é feita (Japiassú & Marcondes, 2001, p. 247).
- (4) Disponível em: <http://www.nandeva.org/home_new2/index.php>. Acesso em: 03 JUL 2011.