

PROCESSO SELETIVO nº 06/2023

Área de Conhecimento: História, Moda e Arte

PROVA ESCRITA – PADRÃO DE RESPOSTA

QUESTÃO 1

Diana Crane, na obra *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*, considera as sociedades ocidentais do século XX como fragmentadas, apontando que as identidades sociais não são mais baseadas inteiramente no status econômico ou constituídas a partir da lógica das sociedades de classes. De que forma tal perspectiva contribui para entender o estilo de vida, a faixa etária, o gênero e a preferência sexual como categorias tão importantes quanto a classe social no processo de escolha do vestuário e da construção da identidade pessoal dos indivíduos contemporâneos?

RESPOSTA:

No século XX, seguindo a perspectiva de Diana Crane, o vestuário perde gradativamente a importância econômica diante de uma fragmentação crescente de interesses culturais dentro das classes sociais, ao invés da consolidação de uma cultura de classes. Nesse sentido, destaca-se a seguir novas categorias no processo de construção das identidades pessoais no contexto da moda e do vestuário, a partir da fragmentação apontada por Crane:

- **Estilo de vida:** a “hipersegmentação” midiática isola cada estilo de vida em seu próprio nicho e supõe um maior nível de influência por parte do indivíduo se comparado à sua condição de pertencimento a determinada classe social. A construção e a apresentação de uma identidade pessoal tornam-se preocupações relevantes na medida em que o indivíduo contemporâneo cria e reavalia constantemente “narrativas próprias” fora das esferas econômica e política, menos determinadas pela satisfação de suas necessidades ou pela imitação das classes superiores.
- **Faixa etária:** os grupos etários e sociais não mais compartilham das mesmas experiências. Os mais jovens possuem carreiras menos estáveis e ao mesmo tempo são os consumidores mais ativos da cultura da mídia, atribuindo novos significados aos bens

culturais, incorporando novos estilos em termos de escolha e não mais por imposição, em sintonia com novas formas de desorganização sociocultural.

- **Gênero:** o final do século XX marca tanto a novidade do desaparecimento gradual de noções fixas de identidade de gênero e intolerância à ambiguidade de gênero quanto a permanência de certa polarização dos ideais hegemônicos de comportamento e aparência de gênero. A mídia se torna cada vez mais um espaço de negociações e interpretações da “feminilidade hegemônica” baseada em padrões masculinos da aparência feminina (como atributos físicos e sexualidade) ou da “masculinidade hegemônica” baseada em padrões masculinos de comportamento (como poder físico e controle, heterossexualidade, sucesso profissional). Assim como a moda feminina passa a ser vista como “hegemonia conflitante”, pois as mulheres são confrontadas com concepções muito diversas de identidade feminina, que vão da expressão de uma sexualidade espalhafatosa e marginal ao empoderamento e ao domínio femininos.

- **Preferência sexual:** na moda feminina, algumas imagens são conservadoras e outras procuram expandir a definição de sexualidade aceitável e de preferência sexual. Por exemplo, a postura de mulheres mais jovens em relação às imagens midiáticas identificadas com a “feminilidade hegemônica” parece estar caminhando mais para uma identificação de traços de poder, não de passividade. Algumas publicidades em revistas de moda passam a abarcar a diversidade de identidades sexuais da mulher desde o final do século XX, cabendo à cada mulher a escolha de quais representações são mais significativas em seu processo de construção pessoal da aparência.

Referência: CRANE, Diana. A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Editora SENAC, 2005. Capítulo 1: Moda, Identidade e Mudança Social.

Membros da Banca:

Membros Banca	Nome	Instituição	Assinatura
Avaliador 1 Presidente	Mara Rúbia Sant’Anna	UDESC	Via SGPe
Avaliador 2	Juliana Cristina Pereira	UDESC	Via SGPe
Avaliador 3	Daniela Novelli	UDESC	Via SGPe

PROCESSO SELETIVO nº 06/2023

Área de Conhecimento: História, Moda e Arte

PROVA ESCRITA – PADRÃO DE RESPOSTA

QUESTÃO 2

No texto ARTE, OBJETOS ESTÉTICOS E RELAÇÕES CULTURAIS da pesquisadora Sandra Regina Ramalho e Oliveira, a autora nos traz na introdução os seguintes questionamentos: “Como somos seduzidos pelas imagens do cotidiano? E por quê? Quais são as relações entre a arte e os objetos estéticos? Como alcançar o significado no complexo sistema de significação do texto visual?”

Diante destas interrogações, discursar sobre os questionamentos apontados pela autora ao longo do seu texto.

RESPOSTA:

Um ponto de partida

Esta pesquisa partiu de questionamentos acerca de relações: relações entre áreas de conhecimento, dentro mesmo da Universidade; e relações entre contextos culturais mais complexos, quais sejam, entre duas nações, o Brasil e a França. O ponto de intersecção entre esses dois universos de relações é o fenômeno estético, seja ele uma imagem do cotidiano ou uma obra-de-arte.

O fenômeno estético visual, ou a imagem, havia sido objeto de estudo em um trabalho anterior¹. Assim sendo, esta investigação pretende dar continuidade ao estudo da visualidade e, mais especificamente, gerar conhecimentos que possibilitem ampliar o acesso do cidadão comum aos conteúdos veiculados pelas imagens. Daí a justificativa de uma advertência colocada já no início, antes mesmo do sumário: este trabalho é destinado a decepcionar aqueles que esperam a densidade que o assunto comporta, já que pretende atingir alunos de graduação e pós-graduação que não tiveram a oportunidade de estudar semiótica em seus currículos e, até mesmo, os leigos em arte, em moda, em *design* ou em publicidade, que se interessam por esses temas. Isso porque tanto o objeto de estudo, a imagem, quanto a ferramenta usada para estudá-la, a semiótica, demandam, em alguns casos, serem *decriptadas*. E, aqui, ao contrário do que

¹ RAMALHO E OLIVEIRA, S. R., **Leitura de imagens para a educação**. Tese de Doutorado do Programa de Estudos Pós-Graduados em Semiótica da Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 1998

pode ser esperado de um estudo de pós-doutorado, a intenção é a de simplificar a complexidade.

De acordo com o projeto de pesquisa, os objetivos deste estudo eram, explicitamente – e continuam sendo - aprofundar estudos anteriores, relacionados à significação de imagens visuais; identificar elementos estéticos comuns ao objeto estético e à obra-de-arte, através de análise correlacional; investigar a capacidade de persuasão de manifestações que tenham origem em um contexto hegemônico sobre a identidade de culturas periféricas; consolidar um modelo de análise voltado para a leitura de textos visuais, modelo que possa ultrapassar os muros da academia para ser usado pelo cidadão comum.

As relações culturais

Na introdução, buscou-se contextualizar a questão das relações culturais entre Brasil e França, com base em bibliografia publicada em ambos os países, com destaque para a produção de brasileiros publicada na França, sobre os temas “arte” e “cultura”. Aprofundou-se, então, a discussão, através de um retrospecto histórico, do Brasil Colônia aos tempos atuais, dedicando um espaço maior – e uma seção específica - à Missão Artística Francesa, de 1816. Ao fazer um levantamento de locuções francesas usadas no momento presente na língua portuguesa falada no Brasil, percebeu-se que grande parte delas é utilizada para designar fenômenos estéticos, em diversas áreas: nas artes plásticas, na moda, no *design*. A partir dos dados levantados, constatou-se que as relações culturais entre Brasil e França, no campo da estética, são de dominação, mas não de uma dominação do tipo coercitiva, mas uma dominação sedutora, uma dominação através de propostas estéticas apresentadas aos órgãos dos sentidos.

Pascal Ory², introduzindo o tema “Paris, capital cultural do fim do século”, referia-se ao século XIX, questionando se é possível haver hegemonia em matéria cultural e considerando cultura como o conjunto das representações coletivas características de uma sociedade. O autor passou, então, a responder seu próprio questionamento, dizendo que

² Cf. P. Ory, Paris, capitale culturelle de la fin de siècle. In: **Quarante-huit**/Quatorze, Paris, Musée d’Orsay, n. 6, 1994, p. 14, tradução nossa.

falar de hegemonia cultural é o mesmo que postular que as culturas não nascem nem crescem de modo igual, e que também não há igualdade entre os espaços sociais (cultura erudita – cultura popular), nem entre os espaços geográficos (culturas dominantes – culturas dominadas).

No seio e, mais precisamente, no topo desta hierarquia, um papel “capital” foi confiado a algumas grandes cidades: é isso que resulta logicamente da predominância das sociedades urbanas sobre as sociedades rurais, desde, aproximadamente, a metade da Idade Média.

Os diversos códigos estéticos, ou seja, os textos visuais que estão sendo estudados neste trabalho, inserem-se no que Ory denomina “representação coletiva de uma sociedade”. Assim sendo, pertencem aos domínios da cultura. E, como ele mesmo admite, houve, durante um longo período, essa supremacia de Paris sobre outras grandes cidades européias, como Londres, Berlim e Viena, estendendo-se, em seguida, para outros países, como Estados Unidos e Escandinávia e para países de língua latina, dentre os quais o Brasil se enquadra.

Os motivos dessa hegemonia cultural francesa sobre o mundo ocidental são diversos: o acúmulo de bens (a história comprova que os períodos de maior desenvolvimento científico e artístico coincidem com os de opulência material, e não com os de decadência), o número e o grau de consolidação de instituições culturais e científicas e a abertura para receber estudantes ou aprendizes das mais distintas origens, os quais levaram para seus países os valores da estética francesa, pautada na liberdade de criação.

Pascal Ory conclui seu ensaio, primeiramente, reconhecendo que, após a Segunda Guerra, a supremacia cultural deslocou-se para os Estados Unidos, e, em seguida, que, em matéria de cultura, a dominação não equivale a uma coerção: há que existir abertura, pluralismo, audácia, competição (no bom sentido...), e solidariedade. Para complementar a contextualização deste estudo, que apresenta diversas dimensões das relações culturais entre Brasil e França, o primeiro capítulo se completa com um breve apanhado das principais linhas teóricas da semiótica, em que se assume a filiação à semiótica *greimasiana*, também conhecida como semiótica *francesa*, mais especificamente, aos estudos desenvolvidos por Jean-Marie Floch e Andrea Semprini, seguidores de Algirdas Julien Greimas.

Arte e estética do cotidiano: uma abordagem semio-estética.

Algumas questões básicas são abordadas ao longo das diversas seções nas quais cada capítulo está dividido. Uma delas é a diferença entre arte e objeto estético, um tema sempre polêmico, para o qual é adotado o conceito proposto por Jan Mukarovsky³. Segundo ele, todo o texto que, entre suas funções, apresenta a função estética como a mais importante, pode ser considerado como arte. Por outro lado, toda imagem que tem a função estética como secundária é um objeto ou evento estético. Assim sendo, fica menos complexo compreender por que certos textos estéticos incorporam, ao longo do tempo, o *status* de obra-de-arte, não tendo sido concebidos como tal. Catedrais deixam de ter como principal função a religiosidade, onde sequer são oficiados ritos; cartazes não mais têm como função principal a função informativa; ilustrações de livros de botânica ou de história deixam de ter a função ilustrativa como a mais importante. Esses exemplos mostram que a classificação como arte muda porque a função mudou.

Outras questões teóricas e metodológicas vão sendo introduzidas, preparando o leitor para acompanhar as análises de imagens apresentadas na etapa final do relatório de pesquisa (ou do livro, caso se consiga publicá-lo). Assim, o leitor não receberá uma verdade pronta; tendo se apropriando de conhecimentos que embasam as análises que serão propostas para as imagens, poderá ele mesmo complementá-las, ou criar novas formas de se relacionar com os textos visuais. Para tanto, foram estudados os elementos constitutivos da linguagem visual, separadamente, embora se saiba que a significação não se dá no isolamento, mas nas combinações possíveis entre esses elementos. Assim, o ponto, a linha, o plano, a forma e a superfície, a cor, a luz, o brilho e a saturação, a dimensão, a escala, a profundidade e o volume, a textura, o suporte, a moldura e o recorte são discutidos, a partir de proposições anteriores; em muitos casos, remete-se o leitor a obras mais abrangentes ou aprofundadas. Assim, diante de qualquer imagem, seu “decodificador”, aqui chamado de leitor, terá respostas para uma pergunta, que deve ser a primeira: “que elementos compõem essa imagem?”

Ainda neste segundo capítulo, são apresentadas diversas possibilidades de articulação desses elementos constitutivos. Trata-se dos “procedimentos relacionais”: a “sintaxe” do texto visual. Como o criador repetiu, inverteu, equilibrou ou contrastou os elementos constitutivos, entre outras inúmeras possibilidades? Então, o leitor da imagem, depois de ter visualizado os elementos, passa a vasculhar as relações estabelecidas entre esses elementos. “Como estão organizados os elementos na

³ Cf. J. Mukarovsky, **Escritos sobre estética e semiótica da arte**. Lisboa: Estampa, 1993.

imagem?” Esta é a segunda pergunta. Então, não há um rol de possibilidades a apresentar.

Isso porque, além de serem praticamente infinitas as possibilidades, as normas do texto visual não são fixas. Não existe uma gramática do texto visual. Ao contrário: quando um cânone, quando um paradigma estético é quebrado ou transgredido, ele passa a ser mais uma fonte de sentido. Isso quer dizer que existem alguns usos consagrados, os cânones, as normas estéticas, enfim, os usos conhecidos, mas violá-los, transgredi-los não é o mesmo que cometer um erro; é simplesmente, através de um novo uso, criar novos modos de significar.

Pode-se, então, deduzir que, no texto visual, inexistem o certo e o errado; pontos, linhas, cores, dimensões, texturas, superfícies e materiais podem ser organizados, ou relacionados dos mais diversos modos, sem haver uma falta de concordância, por exemplo, como acontece no texto verbal, embora ele também seja criativo. A exceção, no texto verbal, é a chamada licença poética, ou seja, o ato de desobedecer a uma norma gramatical, propositadamente, com a finalidade de lhe conferir alguma significação específica.

Semiótica francesa e leitura de imagens

O terceiro capítulo apresenta modelos de análise para a leitura de imagens, proposto pela semiótica greimasiana. Parte-se de um modelo desenvolvido anteriormente, uma proposta para a leitura de imagens nas escolas. Quando se fala em modelo, os pedagogos, licenciados e outros educadores estremecem, entretanto o reverso da moeda tem se mostrado tão ou mais pernicioso do que os métodos. O aleatório, o fortuito e o fugaz podem se transformar em um experimento inócuo. Planejamentos, modelos e métodos podem ser adotados, desde que não sejam considerados os únicos e desde que sejam flexíveis, em si mesmos, quando se fala em educação. E quando se fala em pesquisa, mais ainda, a cientificidade exige procedimentos adequados.

Para mostrar que não se considera um modelo criado como o único e para cumprir os objetivos deste estudo, são apresentados alguns aspectos de modelos de análise de imagens do vestuário, de logomarcas e da publicidade, criados por J.M. Floch, com base nas teorias que H. Wölfflin⁴ propôs para o estudo de imagens da arte.

As análises e as conclusões

O poder da marca se evidenciou em várias etapas dos estudos e sua capacidade de persuasão é fruto de um uso devidamente adequado da linguagem visual. O estudo seria centralizado em uma marca reconhecida internacionalmente, inclusive entre nós, brasileiros. A primeira dificuldade que se apresentou, nesta etapa foi a de definir um *corpus* de análise. A idéia era escolher uma marca francesa, a qual pudesse oferecer imagens do vestuário, do *design* e da publicidade que estivessem presentes no cotidiano do brasileiro, nas revistas populares e nas vitrinas de *shopping centers*. A marca escolhida, com esses critérios, foi Givenchy.

No presente momento, as análises estão em fase de desenvolvimento, sendo precoce antecipá-las, até porque cada texto dessas linguagens, o *design* de moda, o *design* de produto industrial e a publicidade, serão analisados a partir de dois modelos de análise: um anteriormente por nós desenvolvido e outros propostos por J.M. Floch, fundamentados ambos nas teorias estéticas de Heinrich Wölfflin.

Algumas conclusões já estão se definindo, mas também seria prematuro apontá-las, entretanto uma está definida: mesmo se consolidando através dos séculos, distante, portanto, das modernas teorias e regras de mercado, pode-se afirmar que a França, ela mesma, é uma marca.

Fonte: <https://revistas.udesc.br/index.php/linhas/article/view/1290/1101>

Membros da Banca:

Membros Banca	Nome	Instituição	Assinatura
Avaliador 1 Presidente	Mara Rúbia Sant'Anna	UDESC	Via SGPe
Avaliador 2	Juliana Cristina Pereira	UDESC	Via SGPe
Avaliador 3	Daniela Novelli	UDESC	Via SGPe

PROCESSO SELETIVO nº 06/2023

Área de Conhecimento: História, Moda e Arte

PROVA ESCRITA – PADRÃO DE RESPOSTA

QUESTÃO 3:

As monarquias europeias como a brasileira são marcos políticos importantes na constituição de uma sociedade regida pela aparência. No caso da Monarquia Brasileira do 2º Império, em que D. Pedro II governou o país, sua figura pessoal e suas possibilidades de governança têm peculiaridades próprias, o que Lilian Schwarcz, em sua obra **As barbas do Imperador** disserta. Dentre outros argumentos, a autora afirma em relação ao final de seu reinado: “(...) D. Pedro vivia alheio em seu mundo, distante das tensões políticas da Corte. Mais uma vez, as imagens cumpriam uma função oficial: retratar uma família unida e acima dos dissabores do mundo da política” (Schwarcz, 1998. p. 450).

Disserte a respeito do papel político das imagens, rituais e aparência corporal num contexto monárquico, como no caso brasileiro - citando exemplo da referência acima - ou das cortes europeias – citando exemplos trazidos por outros autores.

RESPOSTA

Caberá ao candidato demonstrar conhecimento do livro de Schwarcz, cujos argumentos e dados históricos relativos aos diferentes rituais e comemorações demonstram a consagração de D. Pedro II como Imperador do Brasil até a década de 1870. No caso poderiam mencionar: a pompa da coroação e o traje imperial, como a murça com papos de tucanos que simbolizava a noção que D. Pedro II era o imperador da fauna exuberante e da riqueza das matas e recursos naturais abundantes no solo brasileiro.

A citação transcrita na pergunta, por sua vez, aponta o esvaziamento da ritualística em torno de sua figura monárquica e o enfraquecimento de seu poder junto à elite, que não mais se identificava com o imperador na medida em que, deliberadamente, a figura do imperador era obliterada pela do homem burguês afeito à família, à ciência e à vida doméstica. Tal simbologia atrelada à imagem do imperador idoso e cercado de familiares é argumentada pela autora como meio de manipulação política de republicanos que, criticando o próprio regime monárquico, se empenhavam em desqualificar a figura que o representava.

Nas monarquias europeias, por sua vez, o processo de ritualística que fortaleceu o poder monárquico é abordado por Nobert Elias como processo civilizador (título também presente nas referências do edital). Também o candidato poderá citar aspectos dos governos de Luís XIV, cujas estratégias de enfraquecimento dos poderes pulverizados por toda a nobreza foram praticadas por meio do fausto da corte, na organização de grandes festividades, na construção de monumentos e palácios, por exemplo.

As representações pictóricas dos reis também podem ser mencionadas. Citações das obras de Velásquez para a corte espanhola; de Araújo Porto Alegre para os imperadores brasileiros; as grandes telas históricas com batalhas como as de Pedro Américo e Victor

Meirelles para a história da nação brasileira; obras semelhantes produzidas por Rigault e David para a monarquia francesa.

Importante dissertar sobre a relação entre aparência e poder, ou seja, sobre as estratégias de sedução que as monarquias modernas colocaram em ação, estabelecendo novas maneiras de consolidação do poder a despeito da violência. Dissertar sobre como o corpo paramentado e idealizado foi sendo produzido como campo de poder, inicialmente, para o próprio monarca e, posteriormente, para todo sujeito moderno, sendo essa dimensão social, cultural e política dinamizadora do sistema de moda como conhecemos na atualidade.

Membros da Banca:

Membros Banca	Nome	Instituição	Assinatura
Avaliador 1 Presidente	Mara Rúbia Sant'Anna	UDESC	Via SGPe
Avaliador 2	Juliana Cristina Pereira	UDESC	Via SGPe
Avaliador 3	Daniela Novelli	UDESC	Via SGPe



Assinaturas do documento



Código para verificação: **049KD2VG**

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:

- ✓ **MARA RUBIA SANT ANNA** (CPF: 714.XXX.069-XX) em 20/11/2023 às 12:51:21
Emitido por: "SGP-e", emitido em 30/03/2018 - 12:48:17 e válido até 30/03/2118 - 12:48:17.
(Assinatura do sistema)

- ✓ **DANIELA NOVELLI** (CPF: 017.XXX.049-XX) em 20/11/2023 às 14:12:53
Emitido por: "SGP-e", emitido em 26/04/2019 - 17:38:36 e válido até 26/04/2119 - 17:38:36.
(Assinatura do sistema)

- ✓ **JULIANA CRISTINA PEREIRA** (CPF: 042.XXX.479-XX) em 20/11/2023 às 14:29:46
Emitido por: "SGP-e", emitido em 30/03/2018 - 12:42:16 e válido até 30/03/2118 - 12:42:16.
(Assinatura do sistema)

Para verificar a autenticidade desta cópia, acesse o link <https://portal.sgpe.sea.sc.gov.br/portal-externo/conferencia-documento/VURFU0NfMTIwMjJfMDAwNTE3NDhfNTE3OTFfMjAyM18wNDILRDJWRw==> ou o site <https://portal.sgpe.sea.sc.gov.br/portal-externo> e informe o processo **UDESC 00051741/2023** e o código **049KD2VG** ou aponte a câmera para o QR Code presente nesta página para realizar a conferência.