

O CRIADOR: ESTÁ À MARGEM OU É TESTEMUNHA DE SUA ÉPOCA?

Maria Sílvia Barros de HELD
Faculdade de Artes/PUC-Campinas

RESUMO

Dentro do tema “criador e criação”, a proposta faz referência a algumas questões e reflexões. O ato criador, embora se desenvolva em momentos de rupturas e de resgates, tem suas atitudes esgotadas no momento de sua ocorrência, ao mesmo tempo em que obtém seu prazo de permanência, o de pregnância, na memória, ou seja, sua verdadeira existência não será o tempo físico, mas o de pregnância psicofísica. A publicidade faz uso desse tempo, busca seu prolongamento com o objetivo de estender o tempo de venda de produtos. Talvez resida aí um dos nichos da “astúcia do imaginário”, ocupando agora o mesmo lugar que o mito ocupara no mundo tradicional. É o ato, a postura artesanal se sobrepondo à arte, é o coletivo se sobrepondo ao indivíduo, é a auto-negação do criador em benefício de sua criação. É a força atrativa, na maioria das vezes gerada pela empatia, pelo reconhecimento dos códigos utilizados, que irá legitimizar (e ao mesmo tempo relativizar) a participação do produtor na dinâmica social.

Palavras-chave: Criador. Processos de Criação. Imagem. Sociologia da Arte.

ABSTRACT

Within the theme “creator and creation”, the proposal refers to some questions and reflections. Even though the creative act develops at moments of ruptures and rescues, its attitudes finish when it occurs, at the same time when it obtains its term of permanence, that of pregnancy, in the memory, or better, its true existence will not be the physical time but the time of psychophysical pregnancy. Publicity makes use of this time, searches its extension with the aim of extending the time of products sales. Perhaps it is here that lies one of the niches of the “imaginary sagacity”, filling the same place the myth had in the traditional world. It is the act, the craft over art, it is the collective over the individual, it is the self-devial of the creator on behalf of his creation. It is the attractive energy, mostly generated by empathy, by the recognition of the codes used, that will legitimate (and, at the same time, will show a relativity) the participation of the producer in the social dynamics.

Key-Words: *Creator. Process of Creation. Image. Sociology of Art.*

Embora se considere o homem no seu mais amplo sentido holístico e PIERRE LE QUEAU (2000, p.30-34) observe que, quanto ao dinamismo das culturas, independentemente do juízo de valor que se possa fazer, “*esse paradigma do homem integral é bem difícil atualmente de ser apreendido e analisado como um todo, devido aos múltiplos campos abertos pelas ciências humanas*”, dentro do tema “criador e criação”, no qual também está contido o ato criador, entre outros processos, propõe-se algumas questões e reflexões.

Quando se diz que a criação artística advém de um ato criador e que esse ato se desenvolve no meio de momentos de ruptura e de resgates (remises em scène), é interessante observar que, ainda que tudo se desenvolva na incerteza, essa mesma incerteza que necessita sucessivamente de novas adaptações, ocorre a força concernente à imagem, no sentido do trágico definido por MAFFESOLI (1979, p.143) ou seja, “*a consciência do fato que todas as situações, todas atitudes se esgotam no mesmo momento de sua respectiva ocorrência*” • seu prazo de permanência será o de gestação na memória, quer dizer, o tempo real de sua verdadeira existência, não o tempo físico, mas, ao contrário, o prazo de sua gestação psicofísica.

O criador: está à margem ou é testemunha de sua época?

Como se pode relativizar (“iconizar”) um código desconhecido? Essa não é a finalidade, mas o sentido do criador no corpo social. A “relição” dos conceitos faz-se em torno da imagem ou mesmo uma idéia que é dividida com os outros.

A publicidade (com tudo que há de suspeito em seus vários aspectos subliminares) se utiliza desse tempo e tem como um de seus objetivos alongar cada vez mais esse período, utilizando diversos recursos para prolongar sua permanência na memória dos consumidores finais e, assim, poder tentar lhes vender durante mais tempo (ainda que muitas vezes de modo extremamente subjetivo) qualquer produto. Talvez aí resida um dos nichos da “astúcia do imaginário”, com seus múltiplos e complexos elementos composicionais, ocupando, como observa MAFFESOLI (1994) o mesmo lugar que o mito ocupara no mundo tradicional, porém agora com “facilitadores” que agilizam o consumo, “facilitadores” esses muito bem estudados antes de serem colocados no mercado para serem digeridos. É a “emblemática” favorecendo e acelerando a ordem simbólica para várias tribos. É a estereotipia oferecida como carteira coletiva de identidade para angariar novos adeptos de determinadas tribos, aliás, pré-determinadas.

O criador também, por parte de sua comunicação não verbal no universo artístico, vai se utilizar desse mesmo recurso como seu “arquivo de significados representativos” que traz na memória, para fazer suas interpretações dos códigos não verbais segundo o ambiente, o tempo e o lugar onde ele está ou quer ser compreendido, em conformidade com o *ethos* de um corpo coletivo, como conceitua o mesmo autor (MAFFESOLI, 1994).

Dois postulados aparecem como indispensáveis na construção sociológica do conceito de identidade coletiva, como lembra GATTI (1997, p.73) *“la distinction entre sa nature et sa position de celles de l’object observé (...) la quête de points de visibilité de l’identité comme élan constitutif des sciences du social dans notre domaine”*.

E é nessa busca de matriciais que o criador vai também perceber, antecipadamente e em geral, por intuição, as referências que a maioria dos espectadores (e também consumidores) tem em suas memórias (no caso da imagem, visuais) durante algum tempo, mesmo que também inserido dentro da mesma incerteza coletiva (consciente ou não dela) que irá tipificar o momento social.

Para que ele possa provocar também alguma desestabilização, é necessário estar embasado no universo da comunicação dos códigos não verbais além de suas referências, ciente de que suas mensagens serão transmitidas, mas ciente também de que essas mesmas mensagens obviamente não irão se processar como

ele as construiu, devido às idiossincrasias que farão alterações e resultarão nos mais variados processos de interpretação.

Quando se afirma que o criador é um revelador dos fenômenos sociais, deve-se não só à sua virtualidade intuitiva de interpretação, como também às suas múltiplas vertentes criativas, evocando o que MAFFESOLI (1994) chamou de “condensações instantâneas” que, por seu turno, irão se sedimentar sucessivamente, ocorrendo variações de intensidade na proporção da sensibilidade de seu criador na utilização de códigos (no caso de imagem, códigos não verbais) que possam ser identificados pelo coletivo.

Convém assinalar que não se trata da solidificação de uma ou outra imagem, este ou aquele objeto, mas da “constelação de objetos apresentados”, que ultrapassam o valor de uso e de troca para se oferecerem à transcendência, assim como aqui também não se reporta à estética como artigo de luxo acessível a uma minoria, mas, ao contrário, a questão é antagônica: é a estética se atirando no mercado de modo quase anônimo, buscando a banalização, pedindo o coletivo. É o ato, a postura artesanal se sobrepondo à arte, é o coletivo se sobrepondo ao indivíduo, é a autonegação do criador em benefício de sua criação.

O produtor, o responsável pelo desenvolvimento do processo criativo, que traz consigo a permanente presença do lúdico, obterá sua valorização profissional maior ou menor na mesma intensidade em que propuser, além do aspecto já mencionado, o caráter de novidade no universo da comunicação não-verbal. Enquanto fenômeno, porém, observa-se cada vez mais a ocorrência da diluição do produtor como “star”, em detrimento da empatia, uma vez que esta, por seu turno, garantirá de modo mais rápido e eficaz a identificação do público com a mensagem contida na criação, e, por conseguinte, com o criador enquanto responsável pelo processo. É a força atrativa, na maioria das vezes gerada pela empatia, pelo reconhecimento dos códigos utilizados, que irá legitimizar (e ao mesmo tempo relativizar) a participação do produtor na dinâmica social. Assim, o percurso do reconhecimento fica mais longo, embora continue inegável. Talvez apenas se torne mais sutil.

Nesse caso, aí residiria o que MAFFESOLI (1998) chamou de “estabelecimento do vínculo” entre a ética e a estética como uma das características da pós-modernidade e da “coletivização de sentimentos” e, a contemplação dentro da nova conceituação e parâmetros poderia ser chamada de “contemplação interativa”, proporcionada pelos códigos identificáveis pela coletividade, reinventados ou não, mas apresentando-se em geral com novas propostas a partir do universo de matriciais. Assim, a criação jamais se estabelecerá se não houver um intercâmbio de idéias em constante circulação.

O criador: está à margem ou é testemunha de sua época?

Em se tratando de referências e identificações coletivas, GATTI (1997, p.72), em suas reflexões sobre o assunto cita Certeau e faz observação nesse sentido:

Como em literatura diferenciam-se os ‘estilos’ ou ‘maneiras de fazer’ (de andar, de ler, de produzir, de falar, etc.). Esses estilos de ação – acrescenta CERTEAU (1990) – intervêm num campo que os regula num primeiro nível (...) mas introduzem um modo de tirar partido que obedece a outras regras e que constitui como um segundo nível imbricado no primeiro.

Trata-se aqui da improvisação, seu valor e exercício como pesquisas de virtualidade contidas na matéria, da problemática da inspiração atualizada em seu conceito, que fica completamente fora dos antigos conceitos românticos e dionisíacos.

Existe, com efeito, uma interação entre os fenômenos e a vida concreta. Os poetas, os artistas, os pensadores mais experimentados, encontram inspiração nesta interação, mais precisamente naquela que exprime a junção do passado, do presente e do futuro (MAFFESOLI, 2000, p.76).

UMBERTO ECO (1995, p.19) faz referência ao processo criador quando analisa “a forma formante e o processo criativo”, no que se refere à virtualidade da ação criativa e suas referências matriciais afirmando:

Uma pincelada, uma frase musical, (um verso de Valéry determina todo o desenvolvimento de um poema...) são pontos de partida de formação que, pelo simples fato de o serem e de consistirem numa espécie de premissas de uma possível figuração, pressupõem um crescimento orgânico segundo regras de coerência; mas esses pontos de partida só se tornam fecundos quando o artista os segura e os faz seus – e faz da coerência postulada pelo ponto de partida a sua própria coerência, e, das várias direções a que pode aspirar, escolhe a que lhe é congenial e que, por isso, será a única realizável.

Assim, a “ação formativa” atua no sentido de fazer com que a constituição das formas ocorra de acordo com uma intencionalidade natural que não se opõe à intencionalidade humana, mesmo porque ela só poderá se tornar produtiva se interpretar aquela, portanto, ao invés de se opor à formatividade da natureza, antes, a prolonga.

Ao mesmo tempo em que o criador vai construir, ele também vai destruir tudo que já está presente, portanto, solidificado por e para a sociedade como comunicação, como idéia, imagem, para apresentar sua ótica, fazendo um outro

movimento de seu olhar, por vezes sobre a mesma paisagem, que, embora possa ser de uma maneira bastante idiossincrásica, será identificada como comunicação por uma coletividade. As diferenças culturais advêm, então, como “religação”, alargando os limites e, conseqüentemente, os parâmetros da coletividade, ampliando-a e enriquecendo-a também em outros aspectos sociais.

A imagem, dentro de “*um barroco pós-moderno*”, como parte integrante do universo de celebrações de emoções partilhadas, também traz em si, assim como a própria afetividade, contornos sutis, mas cuja força existencial não pode deixar dúvidas quanto à sua solidez”, (MAFFESOLI, 1994, p.83). Ainda que em movimentos constantes, na tentativa de estarem atualizadas, as imagens sofrem e sofrerão sempre alterações no desempenhar de seus múltiplos papéis e funções, porém, apesar de estarem em constante mutação, permanecerão, enquanto estrutura (com os mais diversos códigos não verbais de comunicação), uma vez que “*elas servem de pedras de toque à construção intemporal da memória coletiva (...) pode-se mesmo dizer que ela exprime, dia a dia, um tipo de eternidade*” (MAFFESOLI, 2000, p.76).

Finalizando e, ao mesmo tempo ratificando a importância da criação no “universo maffesoliano”, “*é sempre interessante lembrar essa verdade primeira, muitas vezes esquecida: o prazer dos sentidos é constitutivo do impulso vital, ele “faz” sociedade, funda a sociedade primordial*” (MAFFESOLI, 1996, p.84).

NOTA

Este artigo é parte de pesquisa apresentada no Segundo Congresso Europeu Ciências do Homem e Sociedades, dentro do tema “Dinâmicas Comunitárias e Criações Individuais e Coletivas”, realizado no Palais des Festivals em Cannes, França, julho/2001.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ECO, U. *A Definição de Arte*. Lisboa: Ed. 70 Ltda., 1995.
- GATTI, G. *Les Socialités Invisibles: L’Aleph et la limite dans la Construction Sociologique des identités Collectives*. In: *Sociétés* n° 57, Paris: Ed. De Boeck Université, 1997.
- LE QUEAU, P. *L’Imagination et la transcendance*. In *Cultures en Mouvement* n° 27. Antibes: Ed. SARL Cultures en Mouvement, 2000.

O criador: está à margem ou é testemunha de sua época?

MAFFESOLI, M. *La Conquête du Présent*. Paris: Presses Universitaires de France, 1979.

_____. *L'instant éternel: le retour du tragique dans les sociétés postmodernes*. Paris: Éditions Denöel, 2000.

_____. *No Fundo das Aparências*. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 1996.

_____. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Ed Forense Universitária, 2ª ed., 1998.