



ANÁLISE E USO DE OBRAS DA HISTÓRIA DA ARTE EM MÍDIAS IMPRESSAS¹

Paulo Ernesto Scortegna² - UNIJUÍ.

INTRODUÇÃO: O projeto investiga em que contexto e através de que processos as imagens de obras de arte (pinturas, esculturas, desenhos, gravuras, fotografias) de diferentes períodos da história da arte (pré-história à arte moderna) são utilizadas em produções textuais (anúncios publicitários, reportagens jornalísticas) veiculadas em mídias impressas (revistas, jornais). **Objetiva-se:** Analisar o modo como as mídias impressas fazem uso de imagens artísticas de diferentes períodos da história da arte. Identificar o contexto e os processos pelos quais se dá o uso de imagens artísticas de diferentes períodos da história da arte em mídias impressas. Construir um quadro referencial teórico para a interpretação do uso de imagens artísticas de diferentes períodos da história da arte que contemple a contextualização histórica, cronológica e estilística. **MATERIAL E MÉTODOS:** A metodologia utilizada está composta das seguintes orientações: Pesquisa bibliográfica para a construção do corpo teórico argumentativo/interpretativo. Seleção, descrição, análise e interpretação das imagens das obras de arte utilizadas pelas mídias impressas a partir das etapas propostas por BARTHES (Roland Barthes: Escritor francês (1915-1980). Um dos principais teóricos da área de semiologia) e explicadas/exemplificadas por Joly (JOLY, MARTINE. *Introdução à análise da imagem*. Campinas, SP: Papyrus, 1996.): 1. Descrição, 2. Distinção dos diversos tipos de mensagem: 2.1 mensagens lingüísticas, 2.2 mensagens icônicas codificada e 2.3 mensagens icônicas não codificadas. Inclusão à análise proposta por Barthes da descrição, análise, interpretação das imagens de obras de arte utilizadas e sua respectiva contextualização histórica, cronológica e estilística via pesquisa bibliográfica. **RESULTADOS:** Construção de um referencial teórico inicial que apresenta e discute conceitos sobre: Processo de apropriação, história da arte, bem como o método utilizado para a análise. Coleta e seleção de peças publicitárias (anúncios) e de processos ilustrativos (capas de revistas) onde foram encontradas imagens referentes a obras de arte de diferentes períodos da história da arte. Análise e contextualização cronológica e estilística parcial dos materiais selecionados. **DISCUSSÃO E CONCLUSÕES:** O modo pelo qual se dá o uso de imagens de diferentes períodos da história da arte nas peças (anúncios e capas de revistas) selecionadas e analisadas, até o presente momento, é, predominantemente, através de processos de apropriação. A imagem da obra de arte além de participar, quase que exclusivamente, como um elemento ilustrativo (mensagem icônica codificada) sempre se apresenta em uma interação intrínseca com a mensagem lingüística. Pode-se perceber que tal uso atende sempre a uma premissa relacionada aos pressupostos da produção do texto publicitário (no caso dos anúncios) ou ilustrativo/de programação visual (nas capas ou matérias/reportagens). Através da contextualização histórica, cronológica e estilística pode-se argumentar e justificar o modo e a intencionalidade do processo de apropriação ocorrido nos casos analisados.

¹ Projeto de Pesquisa DELAC/UNIJUÍ.

² Coordenador do Projeto. Professor Doutorando do DELAC.