

ARTIEXTOS 10

ARQUITECTURA
URBANISMO
DESIGN
MODA

Alexandra Ai Quintas
Ana Marta Feliciano
Ana Santos Guerreiro
António Leite
Bruno Chaparro
Flávio Hobo
Gabriela Celani
João Pedro Costa
José Pinto Duarte
Luís Romão
Marco Neves
Mário Barros
Rui Barreiros Duarte
Sílvia Amarillo
Sílvia Pelham
Sílvia Rala
Teresa Olazabal Cabral



FICHA TÉCNICA

Direcção Editorial

Pedro António Janelro

Coordenação Editorial

Gabinete Editorial e de Comunicação da FA-UTL,
Pedro António Janelro

Comunicação

Ana Cotrím

Comissão Editorial

Jorge Cruz Pinto	Alexandra Quintas
Isabel Rosa	Rita Almendra
Maria Dulce Loução	Pedro Janelro
Margarida Louro	

Colaboraram neste número

Alexandra Al Quintas	Luís Romão
Ana Marta Feliciano	Marco Neves
Ana Santos Guerreiro	Mário Barros
António Santos Leite	Rui Barreiros Duarte
Bruno Chaparro	Sílvia Amarillo
Flávio Hobo	Sílvia Pelham
Gabriela Celani	Sílvia Rala
João Pedro Costa	Teresa Olazabal Cabral
José Pinto Duarte	

Edição

Faculdade de Arquitectura Universidade Técnica de Lisboa
Rua Sá Nogueira - Pólo Universitário
Alto da Ajuda - 1349-055 Lisboa
Telef. 213 615 000 Fax: 213 625 138
www.fa.utl.pt

Design Gráfico

Elsa Brandão Martins

Consultora Gráfica

Tereza Olazabal Cabral

Capa

Segundo um desenho de Francisco d'Ollanda In *Francisco d'Ollanda : da sua vida, arquitecto da Renascença ao serviço de D. Joao III, desenhador, escritor, humanista*

Arranjo Gráfico

Elsa Brandão Martins

Impressão e Acabamento

Tal Imagem, Publicidade e Serviços

1ª Edição 2012

Tiragem: 250 exemplares

Depósito Legal no 300233/09

ISSN: 2182 - 5440

O Gabinete Editorial e Comunicação da Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa agradece a inestimável colaboração de todos os intervenientes neste número e adverte que os artigos publicados e respectivas imagens são da exclusiva responsabilidade dos seus autores.

ÍNDICE

Editorial Pedro António Janciro	004
Decoração em Arquitectura: Ética ou Delito? Revisitando a Questão do Ornamento e Apontando Novos Caminhos na Fronteira das Artes Alexandra Ai Quintas	009
A Exposição <i>Living City</i> Enquanto Momento Genético da Acção do Grupo <i>Archigram</i> Ana Marta Feliciano	031
Multissensorialidade, Virtualidade e Dissolução: Ambientes para a Arquitectura da Transparência Ana Santos Guerreiro	045
A Casa como Espaço Matriz; Uma Ideia de Casa-Mundo António Leite	055
Signos Orientais: Considerações para Adaptação dos Modelos Ocidentais de Interpretação para as Imagens Japonesas Flávio Hobo	065
Sociedades de Reabilitação Urbana, o Caso de Oeiras. Critérios de Delimitação Territorial e Diagnóstico, Estratégias de Intervenção João Pedro Costa	073
Interactividade: A Dimensão Escondida do Design Gráfico Marco Neves	099
Gramática Descritiva de Cadeiras Thonet Mário Barros, José Pinto Duarte, Bruno Chaparro, Luís Romão, Gabriela Celani	113
Processo de Design Digital no Mobiliário: Rumo a uma Nova Conversa entre Designer, Utilizador e Produção. Mário Barros	121
Arquitecturas de Cena: Portas para o Misterioso Mundo Mágico Experiência e Simbólica dos Concertos Rock Rui Barreiros Duarte	129
Arquitectura, Sentido[s] y Sensibilidad Una Aproximación a la Arquitectura Contemporánea y el Cuerpo Silvia Escamilla Amarillo	139
Cidades da Antiguidade Sri Lanka – Sigiriya, a Cidadela do Prazer Silvia Pelham	153
Cartaz em Contexto Museal. A Disponibilização do Objecto Gráfico no Espaço Virtual. Silvia Rala	161
O Meio é a Mensagem ou Estilo é Também Conteúdo. Análise de um Catálogo da Fundação Calouste Gulbenkian a partir dos seus Elementos Gráficos. Teresa Olazabal Cabral	171

Signos Orientais: Considerações para Adaptação dos Modelos Ocidentais de Interpretação para as Imagens Japonesas

FLÁVIO HOBO
(flavio.hobo@gmail.com)

RESUMO

A análise de imagens baseada no pensamento semiótico dos elementos de uma composição vem sendo desenvolvida e aceita por diversos pensadores de diferentes áreas do conhecimento humano. Roland Barthes e Martine Joly são dois autores que baseiam suas considerações sobre o método de análise de imagens nas relações entre significante e significado. Contudo, o significado que se concede a algo está relacionado aos aspectos culturais específicos de cada povo. Limitado às imagens criadas por ocidentais, o método de Barthes e a grelha proposta por Joly apresentam resultados satisfatórios para a interpretação da mensagem visual, porém poderia essa grelha ser usada para analisar imagens orientais com o mesmo sucesso? A universalidade das imagens permite sua livre interpretação mas ao desconsiderar uma análise prévia dos aspectos antropológicos, históricos e culturais não haverá parâmetros suficientes para uma relação correta entre significante e significado de acordo com a cultura em que a imagem em questão foi produzida. É proposto como objeto de estudo um pôster criado pelo designer japonês Yusaku Kamekura.

PALAVRAS-CHAVE

Cultura visual, Japão, design gráfico, semiótica

O design gráfico por estar diretamente ligado à economia, possui atualmente uma existência global e com características regionais que variam de acordo com a cultura a qual está inserido. Um pesquisador ocidental encontra-se à vontade na investigação acerca do design gráfico do Ocidente, porém há fatores extras que devem ser levados em consideração ao pesquisar as peças gráficas do Oriente, especificamente no Japão. Independente da sua origem, há uma narrativa visual em qualquer trabalho gráfico que reflete a cultura visual do designer que o produziu e indiretamente deixa diversos vestígios que podem identificar não só a subjetividade do autor, mas a história, cultura, religião e economia de um país e seu povo. Se não houver um conhecimento específico da cultura na qual a imagem em questão está inserida, o exercício interpretativo das imagens poderá resultar em especulações comparativas baseadas só no conhecimento teórico ocidental da cultura visual. Os estudos comparativos podem eventualmente ajudar na compreensão de culturas distantes, no entanto é inconclusivo quando se almeja compreender uma peça gráfica com o mesmo grau de detalhes que se consegue ao estudar obras ocidentais. Essa espécie de “cultura da comparação” para estudar os elementos orientais têm origem na disciplina do Orientalismo que, de acordo com Said (2004, pp. 2, 3), é um estilo de pensamento acadêmico ocidental que se baseou nas diferenças ontológicas entre o Oriente e o Ocidente, sendo que a exposição dessa diferenças já bastava para divulgar de forma domesticada aos intelectuais ocidentais o conceito de “Oriente”. Baseado nesse pressuposto, sugere-se que o estudo e o entendimento das obras visuais por designers japoneses estão vulneráveis à interpretações pré-concebidas.

Usando como objeto de estudo o pôster “4 kilometers downhill course Naeba” do designer gráfico japonês Yusaku Kamekura² é possível verificar que o método de análise de imagens que é propos-

¹ O texto contido no pôster foi colocado em inglês porque as palavras usadas, com exceção de “Naeba” que é o nome do lugar, são de origem inglesa. A leitura em rômaji seria: “4 kiro no daunhiru kousu”

ta por Roland Barthes e Martine Joly, apesar de completa e minuciosa, deve ser utilizada após ser adaptada às necessidades particulares de culturas que se desenvolveram distantes do pensamento ocidental. Mesmo com o rompimento de Barthes com a semiologia de Saussure, que considerava o signo como algo absoluto, a problemática do método de análise de imagens ainda continua. Estudar o signo em seu contexto sócio-cultural, foi uma das evoluções necessárias para as práticas interpretativas que Joly, por exemplo, herdou de Barthes, mas ainda não contempla de forma plausível os signos que não estão visualmente presentes em uma imagem, fato que é comum na construção das imagens gráficas e publicitárias japonesas.

Torna-se então indispensável que a análise dos trabalhos gráficos japoneses aborde com maior ênfase aspectos aparentemente distantes ao campo de conhecimento do design gráfico como a história, cultura, filosofia e a antropologia. Em outras palavras, para estudar o design gráfico japonês é necessário imergir em sua cultura com a finalidade de evitar não só a interpretação unilateral focada no conhecimento anterior do investigador ocidental, mas de sensibilizar-se para os “elementos invisíveis”, ou códigos culturais, que não está retratado na imagem, mas que indiretamente se faz presente.

A análise de imagens como objeto de estudo já possui uma tradição que foi desenvolvida por pensadores de diferentes áreas do conhecimento humano, dentre eles, Barthes e Joly apresentam métodos que recorrem de maneira intensiva à semiótica para descodificar o significado das imagens e serão esses dois autores que servirão de base para desenvolver um exercício de interpretação de imagens orientais. Barthes em seu artigo “Retórica da Imagem” propõe um método de análise que, em

² Kamekura, nascido em 1915, é considerado o precursor do design gráfico japonês e também o maior responsável por difundir-lo por todo o mundo. Seu legado, desde sua morte em 1997, ainda hoje é bastante evidente no Japão. Kamekura trouxe para o Japão muitas influências e materiais estrangeiros para apresentar aos designers japoneses o que estava sendo produzido nos países onde o design gráfico estava mais desenvolvido. Apesar de receber muita influência estrangeira, Kamekura procurou manter um equilíbrio entre o design funcional e teórico do Ocidente com a abordagem intuitiva das artes japonesas (Art Directors Club, 1993).

suma, centra-se na identificação de signos e na sua interpretação baseado na relação semiótica entre significante e significado. A imagem para Barthes tem pelo menos duas qualidades, uma denotativa, que se traduz pelo reconhecimento literal da imagem, e outra conotativa que é a interpretação do seu significado dentro contexto da composição em que é apresentada (Barthes, 1977, p. 37). A partir do pensamento de Barthes, Martine Joly desenvolveu um método de análise de imagens no qual sugere a criação de uma grelha composta por três colunas: a primeira contém os significantes icônicos, a segunda apresenta o seu significado denotativo ou de “primeiro nível” e, por fim, a terceira (e eventualmente uma quarta) coluna é dedicada às conotações, que podem ser também consideradas como de primeiro e segundo nível (Joly, 2008, p. 122).

A questão que se coloca neste ensaio é qual seria o melhor momento para utilizar essas abordagens de interpretativas e como adaptá-las para contemplar em plenitude as necessidades de análise da iconografia japonesa. Os significantes linguísticos, signos plásticos e significantes icônicos propostos por Barthes seriam úteis para uma fase posterior a um estudos dos aspectos históricos e culturais do país de origem da obra em questão. O mesmo pode ser dito em relação a grelha proposta por Joly, que inicia-se com uma descrição formal dos elementos visuais (mensagem plástica), passando posteriormente para por uma descodificação da mensagem icônica e finaliza o processo analisando a mensagem

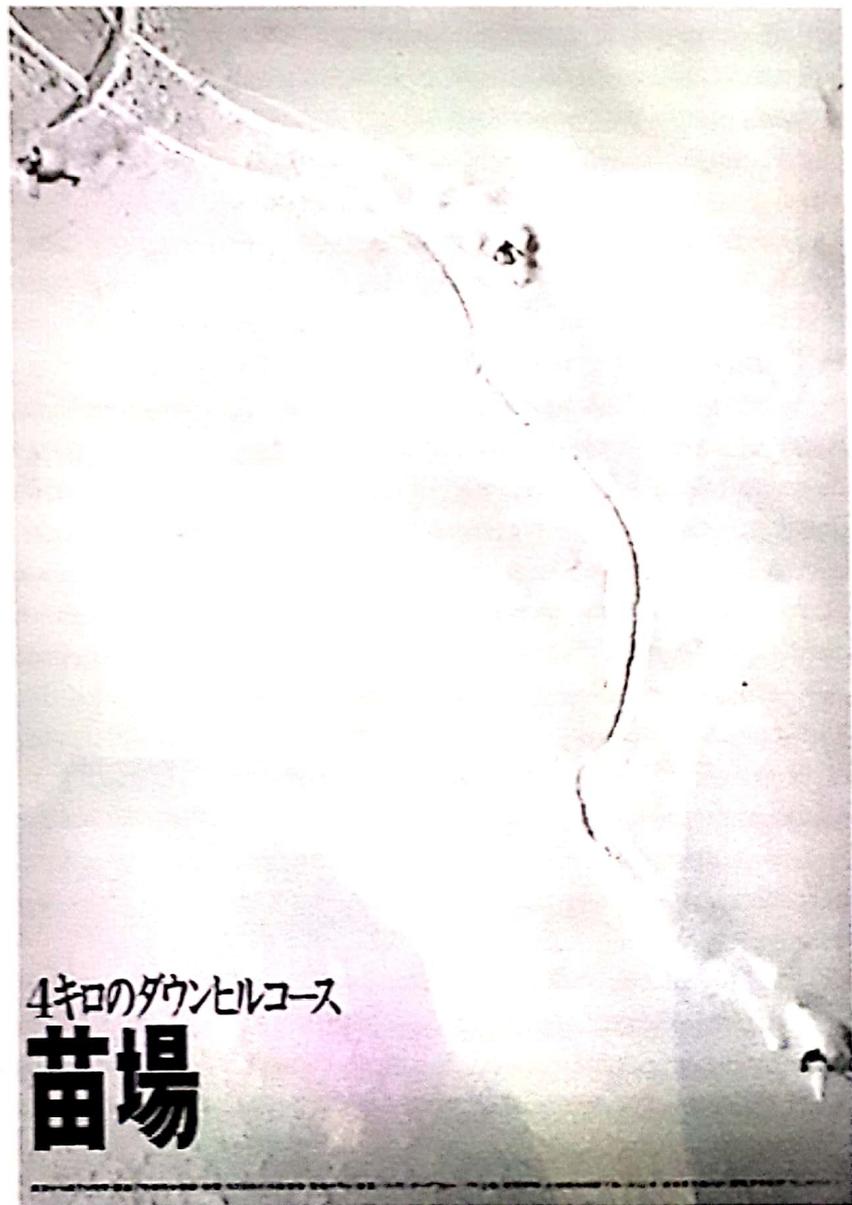


Figura 1
Yasaku Kamekura (1915-1997), "4 kilometers downhill course Naeba" (1968). Pôster.
Dimensões: 730 x 1030 mm. © desconhecido

linguística que há na composição da imagem em questão. A semiótica, ao lidar com signos e significados, apresenta um problema ao ser aplicada às imagens já que esses signos são compreensíveis ao nível denotativo por pessoas de diferentes culturas. A partir desse conceito é possível compreender, por exemplo, a estética dos jardins japoneses e as sutis diferenças conceituais que há quando são comparados com os jardins europeus. Enquanto os elementos do jardim europeu são organizados de forma simétrica, pitoresca e de modo a valorizar o conjun-

to numa tentativa de controlar a natureza, o Jardim japonês é uma espécie de microcosmo no qual cada elemento tem igual importância (Sullivan, 1998, p. 113). Segundo Yoshinori³ (citado em Tanehisa, 2002, p. 155) a consciência estética desenvolvida no Japão tem uma predileção pela natureza e sua rusticidade que também tem sua importância filosófica e religiosa expressada no *wabi* que é a reverência pela natureza e as coisas envelhecidas, imperfeitas e degradadas naturalmente (De Mente, 2006, p. 32). O Jardim japonês é mais do que um espaço de contemplação ou convivência, é a materialização dos princípios estéticos que tem origem na religião e cujo princípios são extensíveis às outras áreas humanas e principalmente nas quais a apreciação estética se faz mais presente.

Barthes (1997, pp. 33, 34), recorrendo à teoria semiótica, demonstrou que a imagem é composta por signos linguísticos, icônicos e plásticos⁴. Contudo a questão que aqui se coloca são os signos que não se encontram diretamente na imagem e são percebidos apenas por pessoas que tem conhecimento desses signos culturais. A abordagem então deveria ser ampliada para uma observação atenta aos possíveis índices que são códigos aprendidos através da experiência do agente interpretador, já que não há relação imagética contida no trabalho. Joly (2007, p. 30) afirmou que um signo é algo que é capaz de passivamente exprimir ideias exteriores quando há a oportunidade de ser interpretado por alguém que por sua vez encontra relações com outras ideias. O signo é portanto uma representação parcial de um objeto e no caso dos conceitos abstratos (como por exemplo as emoções) que não são passíveis de representação visual direta, são consideradas “quase-signo”. Se a imagem possui a possibilidade de comunicar emoção, a tradução intercultural dessa construção imagética é uma

³ Onishi Yoshinori foi um célebre estudioso da estética japonesa e ocidental nascido em 1888. Teve influências da corrente alemã de pensamento filosófico, especificamente as ideias de Kant.

⁴ Barthes ao analisar um anúncio francês da Panzani encontrou em elementos linguísticos e pictóricos uma qualidade “italiana”. Eram signos como a sonoridade da marca, os ingredientes típicos da cozinha italiana e as cores predominantes da sua bandeira.

questão sensível e de grande importância.

Okano (2007, p. 7, 8) considera que as informações estéticas conectam-se com o modo de sentir, sendo este, parcialmente, constituído pelo contexto a que o homem pertence, em que se desenvolve uma cultura dos sentidos. Daí a dificuldade de traduzir também aqueles signos que se referem a qualidades de sentido e sentimentos. É necessário esclarecer que, somado ao fator cultural, temos de considerar as singularidades individuais e todas as mediações socioculturais, para não cair no estereótipo generalizado de uma cultura ‘determinar’ um certo modelo de pensamento.

Ao considerar de forma purista a relação entre signo e significado na âmbito da semiologia, que trata exclusivamente das relações linguísticas, o problema das interpretações consoante à cultura não existiria, pois o signo 石⁵ não pode ser decodificado por um ocidental que não seja iniciado nos idiomas chinês ou japonês. Joly (2008, p. 56) afirma que os significados de uma imagem podem ser também obtidos através do uso comum que um grupo de pessoas faz dos significantes apresentados na imagem. Então, nesse caso, a interpretação seria feita baseada nos códigos da cultura local e não do país de origem da imagem em questão, o que resultaria numa apropriação da cultura alheia. Portanto, essa interpretação passa a ser regida pelo repertório cultural do próprio observador. Ou seja, para um ocidental o ideograma 石 transmitiria a ideia de “Oriente” e essa interpretação seria o ponto de partida para procurar o sentido conotativo a nível secundário dos outros elementos visuais na imagem, como Barthes fez com o anúncio da Panzani. Interpretar 石 como “Oriente” não é errado, mas não se relaciona com o significado narrativo original pensado pelo autor da imagem.

Na tentativa de iniciar um método para a análise de imagens japonesas é importante ressaltar que os valores estéticos no Japão estão intimamente ligado à religião e à filosofia. Embora no sécu-

⁵ Ideograma que representa a ideia de “pedra” e a leitura depende do contexto em que é utilizada. Quando aparece isolada, normalmente lê-se “ishi”.

lo XIX o Japão aceitava amplamente do Ocidente sua ciência, tecnologia, política, pensamentos filosóficos e estéticos, o Xintoísmo e Budismo nunca foram substituídos pelo cristianismo⁶ (Umehara, 1970, p. 272). De acordo com McCargo (2004, p. 11) para apreciar a beleza do Japão muitas vezes é necessário uma “lente de aumento”, seja no sentido literal ou figurado. O povo japonês pode enxergar o belo em uma flor na sombra do portão de um templo, concentrando-se nesse por menor ao ponto de excluir todos os outros detalhes desagradáveis do urbanismo muitas vezes caótico das grandes cidades. É então necessário para uma apreciação e interpretação da linguagem gráfica japonesa considerar o uso dessas “lentes” e assumir a transversalidade das ideias xintoístas e budistas na cultura, sociedade e nas artes.

Em termos práticos, a análise do pôster de Kamekura poderia então iniciar-se pelos seus atributos não visíveis, adicionando assim um passo anterior aos métodos de análise anteriormente citados. O signo cultural mais representativo nesse pôster é o espaço. É um conceito que não tem uma representação visual, é uma ideia apenas. O espaço retratado em uma imagem qualquer é sempre uma possibilidade de vir a ser compreendido pelo próprio observador. Na linguagem gráfica esse espaço se exprime tanto pelo alinhamento dos elementos gráficos grelhas, mancha gráfica, superfície do objeto fotografado etc. Essa é a ideia latente no pôster de Kamekura, que tem inevitavelmente inserido em si não só a ideia de espaço, mas também a ideia de tempo, pois espaço e tempo são conceitos indissociáveis e da relação que há entre si resulta o conceito de velocidade, que é outra ideia fundamental dessa obra.

⁶ É sabido que os portugueses foram os primeiros ocidentais a entrar em contato com os japoneses no século XVI. As ideias cristãs disseminadas pelos jesuítas foram um dos principais motivos da expulsão da missão portuguesa no Japão. Segundo Henshal (2005, p. 84): “[Os ocidentais] tinham ideias estranhas acerca de um poder divino que transcendia quer os imperadores, quer os xoguns. O comércio era benéfico, decente, e possuíam uma tecnologia que era útil, mas eram uma ameaça demasiado grande para a paz de espírito do xogunato... Se os ocidentais tivessem reservado as suas crenças cristãs para si mesmos e não tivessem tentado afirmar a autoridade do seu Deus, com pregações e juízos morais, talvez tivessem tido melhor acolhimento. O Japão era (e continua a ser) uma terra de tolerância religiosa.”

Em um nível mais detalhado de análise, deve-se considerar o que representa o espaço na cultura japonesa. Em semelhança ao *wabi* o conceito de espaço possui ecos na filosofia *zen* sob o nome de *ma*. Segundo Okano (2007, p. 21, 22) o MA representa para os japoneses não só a ideia de tempo-espaço, mas um conceito que permeia os mais diversos campos do conhecimento, da linguística à arquitetura, da psicologia à dança. Na vida cotidiana, não construir um MA adequado é falta de refinamento, por exemplo em uma conversa na qual não as pausas não são bem colocadas, ou o silêncio na música. O MA, mais do que a sua tradução de “espaço”, é um modo de agir e pensar estético, religioso e social. Portanto, pensar o conceito de MA apenas como espaço físico, ou no caso do design gráfico como espaço branco, traduz apenas o sentido de simplicidade e limpeza da construção da imagem, mas não traduz o ideal estético japonês.

Segundo Okano (2007, pp. 21, 22) o *ma* representa para os japoneses não só a ideia de tempo-espaço, mas um conceito que permeia os mais diversos campos do conhecimento, da linguística à arquitetura, da psicologia à dança. Na vida cotidiana, não construir um *ma* adequado é falta de refinamento, por exemplo em uma conversa na qual não as pausas não são bem colocadas, ou o silêncio na música. O *ma*, mais do que a sua tradução de “espaço”, é um modo de agir e pensar estético, religioso e social. Portanto, pensar o conceito de *ma* apenas como espaço físico ou, no caso do design gráfico, como simples espaço em branco, traduz apenas o sentido de simplicidade e minimalismo da construção imagética, deixando de lado o ideal estético japonês. O *ma* contempla também o conceito de intervalo por relação sinestésica compreende também o silêncio, que pode ser considerado o “espaço entre dois sons”. Esse, por fim é o terceiro conceito fundamental deste pôster, o silêncio. Kamekura nos impõe esse silêncio por via da escolha ponto de vista, que nos distancia dos esquiadores devido a relação de escala. A descida é retratada de forma ampla, veloz e silenciosa. Esses são os conceitos que são representados pela análise do *ma* e que são a gênese dessa comunicação visual.

Uma vez identificado e contextualizado o signo cultural de maior relevância, avança-se para a identificação dos elementos visuais e seus significados culturais⁷. É oportuno conhecer o ponto de vista de Imamichi Tomonobu, professor de filosofia no Centro internacional de Filosofia de Tokyo. Imamichi (citado em Tanehisa, 2002, p. 157) considera, em sua análise relacionada à cultura visual ocidental, que a arte praticada pelos artistas anteriores ao Período Moderno estava mais comprometida com a representação do que com a expressividade. Obviamente as figuras humanas representadas nos quadros tinham expressão, principalmente a partir do Renascimento, mas o que se pintava era a representação da expressividade e não a expressividade do ato de pintar, como o fez, por exemplo, Van Gogh através das suas pinturas empastadas que plasticamente eternizaram no quadro os seus gestos no momento da pintura. Ainda de acordo com Imamichi, no Oriente a apreciação estética de uma pintura era fornecida pela expressividade da obra em si. Esse era o elemento exclusivo com os quais os artistas tinham que lidar. O conceito de representação nas obras de arte, segundo Sullivan (1998, p. 129), foi introduzido no Japão no século XIX, mais precisamente no ano de 1889 quando Ernest Fenollosa e seu aluno Tenshin Okakura ajudaram a fundar a Escola de Belas Artes de Tokyo e lá o realismo, a perspectiva e o *chiaroscuro* inerentes do estilo de pintura ocidental foram incorporados de forma moderada às artes japonesas, dando início ao estilo que ficou conhecido como *Nihonga*, ou estilo de pintura japonesa.

Ao observar o pôster de Kamekura nota-se um elemento visual proeminente que são os rastros deixados pelos esquiadores na superfície da montanha, que possui semelhança visual com os

⁷ Há uma profunda influência das artes japonesas no universo visual dos designers japoneses da geração de Kamekura. Segundo Kenya Hara (2007, pp. 308, 309), se o Japão não tivesse se ocidentalizado tanto, principalmente após a Segunda Guerra, a aliança entre a cultura tradicional japonesa e ciência moderna teria gerado uma cultura visual no design única que estaria a altura de competir com o que há de melhor no Ocidente. A afirmação de Hara pode ter sido demasiada modesta em relação a qualidade do design japonês com o Ocidente, mas há uma clara percepção na valorização da cultura visual tradicional do seu país.

traços característicos do estilo de pintura japonesa conhecido como *sumi-e* sobre uma folha de papel. Anterior à adoção dos elementos estéticos ocidentais na pintura, quando a expressividade era o elemento principal nas pinturas japonesas, o *sumi-e* era um dos estilos mais admirados pelos japoneses. É uma maneira de pintar que foi originada a partir da caligrafia *shodō* (caminho da escrita) que é a arte de desenhar os *kanji* (caracteres japoneses). Há, tanto no *shodō* como no *sumi-e* uma grande presença da filosofia *zen*. O que se transfere do pincel do artista para o papel é mais do que uma imagem pictórica de um tema que é geralmente, mas não obrigatoriamente, bucólico, sendo o bambu, a orquídea, a ameixeira e o crisântemo os temas mais pintados pelos praticantes dessa técnica. A representação pictórica não é o objetivo formal das pinturas *sumi-e*, mas sim a captura da sensação e o espírito do objeto ou cena retratada através do traço do artista. Como nas vanguardas artísticas, nomeadamente no Impressionismo, Cubismo e Expressionismo, a intenção do artista é direcionada para a percepção subjetiva sobre o tema do que a representação pictórica fidedigna. Apesar da aparente simplicidade do traço, estes guardam em si os pormenores da gestualidade do artista traduzida na maestria e rigor em lidar com o pincel e a tinta. Essa expressividade apesar de espontânea é dominada devido a anos ou mesmo décadas de prática no uso do pincel e representa um valor estético tão grande ou mesmo maior do que o tema retratado.

Ao contrário das artes ocidentais clássicas europeias que possuíam cânones estabelecidos para representar o tema na sua plena perfeição, o *sumi-e* demandava que o artista dominasse a linha. Não há profundidade, cores, perspectivas ou proporções matemáticas. Mais do que representar era necessário conhecer em profundidade o tema, compreendê-lo em sua essência e interpretá-lo em linhas feitas com vigor e certeza. Essas linhas, mais do que a representação das formas, era uma tradução temporal e visual do ímpeto do artista e do seu rigor. Uma pintura *sumi-e* após iniciada era

terminada em poucos minutos, pois o artista já tinha interiorizado em sua mente e corpo todos os aspectos e técnicas necessárias para realizar a obra. Não havia observação, não havia como fazer correções, não havia dúvidas; havia apenas um impulso intuitivo e a segurança na compreensão da sensação a ser retratada. Segundo a filosofia *zen*, há um estado de vazio espiritual denominado *mushin* que é uma palavra composta por dois ideogramas: 無 (MU) que significa vazio e 心 (SHIN) que significa mente, coração ou espírito e a tradução seria algo como “sem o ego” (De Mente, 2006, p. 45). A intenção do *mushin* é deixar a mente livre de todo e qualquer conhecimento teórico ou pré-concepções e ter a mente limpa para que dessa forma seja possível atuar livremente de acordo com o estado de espírito. Assim o domínio da linha, das formas e do espaço em branco não são esquematizados, mas sim interiorizados. Ao apreciar uma pintura *sumi-e* o espectador procura todos esses códigos estéticos e estilísticos, sendo então o tema retratado um mero veículo para a fruição da arte.

A apreciação estética para os japoneses é parte da sua vida cotidiana, e está relacionada a um processo intuitivo que não pode ser racionalizado, uma vez que a beleza, para os japoneses, está na alma do objeto, na sua intenção e no seus resquícios humanos (De Mente, 2006, pp. 38-40). O pôster “4 kilometers downhill course Naeba” certamente é um testemunho visual da abordagem japonesa no design gráfico. Com poucas regras estruturais ou teorias, comunica-se de forma muito poética a sensação gloriosa de um esporte que se realiza no esplendor da natureza. Kamekura fez uso da magnificência da natureza e metáforas específica da cultura japonesa para criar uma peça tão serena que surpreende pela simplicidade visual e complexidade comunicativa. Poderia-se dizer que Kamekura “pintou sem usar pincéis”. Após a obtenção dessas informações sobre a história da arte, cultura e aspectos antropológicos do povo japonês, poder-se-ia iniciar as interpretações baseadas na semiótica que Barthes, Joly e tantos outros pensadores desenvolveram.

A natureza polissêmica da imagem a diferencia da linguagem escrita. O discurso visual não se rege por regras gramaticais, ou seja, as interrelações entre os elementos visuais de uma composição geram significados que são restritos à obra em questão e não a todas as outras obras. A semiótica é de grande valia para a interpretação de imagens, pois através dela obtêm-se meios para estudar a relação de significações dos elementos visuais e em seguida a relações entre eles. Contudo, como visto anteriormente, ao desconhecer os valores culturais que tal objeto ou imagem possui no seu contexto original, só resta uma interpretação distante do seu significado original. Também, deve-se questionar como se aplica a relação semiológica em países cujo idioma é composto por ideogramas e não por letras e fonemas. A semiologia ao lidar somente ao nível oral parece ser aplicável a todos os povos, porém nos países como o Japão é possível entender uma idéia (seria arriscado dizer “uma palavra”) mesmo sem saber reproduzir o seu som. Seria então correto afirmar que a cultura japonesa desenvolveu-se de modo tão diferente que a ocidental fazendo com que a semiologia não possa ser aplicada em sua totalidade? Se a semiótica é derivada da semiologia, há implicações a serem consideradas no momento desse tipo de análise? De qualquer modo, é preciso ênfase nos estudos antropológicos, históricos e culturais antes de aplicar modelos baseados na semiótica para interpretar imagens japonesas, pois dessa forma haverá interpretações que adicionem conhecimento para a cultura ocidental.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARTHES, R. (1977) *Image Music Text*. London: Fontana Press.
- DE MENTE, B. L. (2006) *Elements of Japanese Design*. North Clarendon: Tuttle Publishing.
- HARA, K. (2007) *Designing Design*. Baden: Lars Müller Publishers.
- HENSHALL, K. (2005) *História do Japão*. Lisboa: Edições 70.
- JOLY, M. (2008) *Introdução à Análise da Imagem* Lisboa: Edições 70.
- MCCARGO, D. (2004) *Contemporary Japan*. New York: Palgrave Macmillan.
- OKANO, M. (2007) *MA: entre-espaço da comunicação no japão*. (tese não publicada). PUC-SP. São Paulo.
- SAID, E. W. (2004) *Orientalismo*. Lisboa: Edições Cotovia.
- SAIKI, M. K. (2002) *12 Japanese Masters*. New York: Graphis Inc.
- SULLIVAN, M. (1998) *The Meeting of Eastern and Western Art*. Los Angeles: University of California Press.
- TANEHISA, O. (2002) Representations of “Japaneseness” in Modern Japanese Aesthetics. IN MARRA, M. (Ed.) *Japanese Hermeneutics: current debates on aesthetics and interpretation*. Honolulu, University of Hawai‘i Press.
- The Art Directors Club (1993). YUSAKU KAMEKURA. Disponível em: <http://www.adcglobal.org/archive/hof/1993/?id=214> [Acesso em 20 de maio, 2009].
- UMEHARA, T. (1970) Heidegger and Buddhism. *Philosophy East and West*, 20(3), 271-281.