
A Estética Renegada em uma Sociedade Hedônica: Feiura na Comunicação Visual Contemporânea¹

Martin Lorenzo da ROCHA²

Daniel Pala ABEICHE³

Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

Desde a filosofia Antiga, a estética foi atrelada viciosamente à ideia do belo. Quadros, livros e sistemas do pensar foram criados sem compreender a abrangência do tema. Mas, desde o destronamento do belo nas vanguardas artísticas, a feiura virou comum opção na arte - o que distinguiu estética, arte e beleza. Entendendo tal lacuna histórica e o cenário hiperestético atual, o objetivo deste estudo é de explorar caminhos discursivos da estética feia na comunicação visual. Pela filosofia, sociologia e análise do discurso - da campanha Meet Graham e duas tirinhas de Cornellà - a consideração do estudo é que a feiura, catalisada pelo contexto hedônico social, pode ser articulada em discursos variados: sejam eles morais, verdadeiros, críticos e até apazíveis. Consideram-se questões sobre estética atual, valores discursivos do feio e aspectos contingentes sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Feio; Comunicação; Sociedade; Hedonismo; Discurso.

Estética, Pós-modernidade Hedônica e Discursos do Feio na Arte

A feiura é uma das categorias do estudo estético⁴. Pertencente ao saber filosófico em sua predominância histórica, a estética é entendida e apropriada por diversas outras razões do conhecimento: na sociologia, linguagem ou na arte, como explica Vázquez (1999, p. 51-60). Ainda na razão do autor, a estética possui dimensão axiológica⁵, logo trata-se de uma ciência humana abrangente de outros fenômenos, visando reconhecer “em um contexto social determinado” o que é “valioso esteticamente” (p. 53).

¹ Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Recém formado no curso de Publicidade e Propaganda da PUCPR, email: martinrocha97@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do curso de Publicidade e Propaganda da PUCPR, email: danielabeche@pucpr.com.

⁴ Vázquez (1999, p. 45) retoma seu significado etimológico, aisthesis, “sensível”; sendo assim, consideram-se estético objetos, percepções e valores. A disciplina foi nomeada apenas em meados de 1750, por Baumgarten, apesar de tal estudo já ser existente. Vale a explicação de Tolstoi (2002, p.41) que descreve que mesmo para o fundador do termo o “objeto do conhecimento estético é a beleza”.

⁵ Axiologia é traduzida do grego como "Ciência do Valor". Sendo assim, trata-se de entender sistematicamente - ou seja, estudar as características, estrutura e teorias - o seu objeto de estudo: o valor.

Contudo, tal reflexão estética-filosófica se apoiou historicamente com esforço centrado na categoria do que é compreendido como belo, isso é observado nos enunciados da Grécia Antiga até os mais próximos ao movimento chamado de vanguarda. Seja na proporção dos elementos, na harmonia, na representação da natureza ou em qualquer outro motivo artístico, considerando ou não a questão do gosto individual, compreendendo ou não o desinteresse no juízo estético de Kant: a beleza, arte e estética estavam atreladas em conceitos diversos, de forma que se pertenciam.⁶

Outras categorias estéticas foram compreendidas com o passar do tempo. Neste entendimento, Danto (2015) concede à arte o papel principal como mote revolucionário nesta conceituação: “foi necessária a energia da vanguarda artística para abrir, entre a arte e a beleza, uma brecha que anteriormente seria impensável” (p. 32). Todas as conceituações vistas anteriormente poderiam ter sido apenas reafirmadas e não negadas, se debruçadas pela ótica filosófica. Vázquez (1999), em concordância, aponta que “os próprios artistas se dispõem a sepultar a beleza, como poderia a estética transformá-la em objeto central de sua reflexão?” (p. 39). Tais reações artísticas eram reflexos das incertezas vividas pelos contextos de guerras e distorções morais percebidas pela sociedade da época. Conforme Danto, “a tal ponto que possuir beleza chegue a ser percebido como algo moralmente questionável” (DANTO, 2015, p. 30). O autor, reunindo manifestos de artistas dadaístas como Max Ernst e Tristan Tzara, considera que a motivação destes era privar uma sociedade imoral da beleza, dadas as guerras e o potencial destrutivo percebido na época, sendo que essa mesma sociedade elegia a beleza como qualidade moral, sem cumpri-la além da arte (p. 52-53).

Ademais, o mote revolucionário das vanguardas é intrínseco à estrutura social da época. Se diferindo das demais, esta se (des)constrói em uma sucessão de rompimentos. Os conceitos uma vez definidos, são rapidamente refutados; criam-se novos, que também o são posteriormente. A forma de entender o universo se constrói na ideia de um “habituar-se a não se habituar” (ECO, 2006, p. 214).

Assim, uma cosmovisão tomando conta da sociedade, interfere na maneira em que a arte é conceituada; passa-se a entender os diversos fenômenos de maneiras menos

⁶ Considera-se relevante, para o leitor, a verificação destes vícios conceituais, dos variados filósofos na história, na síntese elaborada por Tolstoi em “O que é arte?”, 2002.

rígidas, porém mais abertas e amplas. A arte não passa a ser significada sobre a luz da beleza; a arte é melhor entendida perante fenômenos extra-estéticos; a estética passa a não ser entendida como ciência da arte; a estética retira seu foco sobre o estudo da beleza. Desta forma, pode-se compreender hoje que “todo belo é estético, mas nem todo estético é belo” (VÁZQUEZ, 1999, p. 39). Então, compreende-se a importância do entendimento da sociedade para o estudo estético, uma vez que abarca fenômenos que “são parte de estruturas muito, mas muito maiores, pela simples razão de que a própria arte é inseparável do resto da vida” (DANTO, 2015, p. 143).

Destarte, compreende-se a necessidade do entendimento sobre a sociedade atual. Seria a “estrutura” contemporânea uma continuidade dessa mesma onda disruptiva da modernidade, de maneira a repetir o rompimento que fora dado pela chegada da razão moderna ou seria ela uma opositora dos próprios ideais modernos? É sobre isso que Harvey (2008) disserta sobre o pós-moderno. A ideia do efêmero já foi aceita pela pós-modernidade, como explica (p. 49). Em relação a este conceito, o pós-modernista apenas se apropria dessa visão caótica e indefinível dada - o que não torna a pós-modernidade uma corrente moderna, pois outras questões mais sensíveis vêm a ser revolucionadas. A visão pós-moderna não é estruturada, como anteriormente. Segundo Abeche: “o pós moderno não distingue mais esquerda e direita; público e privado; local e global; razão e imaginário; mas a referida fusão destes pólos opostos” (2019, p. 36).

Harvey analisa no comportamento social um imediatismo superficial, um “caráter imediato dos eventos, o sensacionalismo do espetáculo” (2008, p. 57), baseados na apreciação do significante, não do objeto em si, mas do que o envolve. Para o autor, este entendimento pós-moderno “abandona todo o sentido de continuidade e memória histórica” (HARVEY, 2008, p. 58). Sobre isso, Kumar (2006, p. 185) disserta que este é “um mundo de presente eterno, sem origem ou destino, passado ou futuro”, sendo temporário e mutável onde “não há estruturas profundas, nenhuma causa secreta ou final; tudo é (ou não é) o que parece na superfície”. Então, a sociedade se constrói com base no acontecimento presente, surgindo uma valorização hedônica⁷ sobre a

⁷ Hedonismo é entendido neste trabalho no sentido da busca prioritária pelo prazer individual. Na característica deste termo, contextualizado contemporaneamente neste estudo, entende-se a fruição de novas experiências, sensações e estéticas de maneira imediatista como em um ponto central e frágil na cosmovisão atual.

experiência individual. Um contexto no qual a arte é referenciada e articulada, mas não eleita, pois a “arte não pode salvar o indivíduo ou mudar o mundo” (Kumar, 2006, p.170). A arte é utilizada para outros fins.

“Depois da arte-para-os-deuses, da arte-para-os-príncipes e da arte-pela-arte, triunfa agora a arte-para-o-mercado” (LIPOVETSKY, SERROY, 2018, p. 28). Para os autores, atualmente, o mundo mercantil se torna apropriador, não da “beleza perfeita e consumada”, mas de “estratégias estéticas com finalidade mercantil em todos os setores das indústrias de consumo”. Assim sendo, “um sistema de justificação moral foi substituído por uma legitimação de tipo estético”, a sensação e o prazer predominam sobre qualquer sentido maior, função ou propósito (p. 125). E é nesta realidade desconectada de preceitos racionais, que se concebe a aceitação de diferentes valores estéticos passados, que viram parte da produção cultural (JAMESON, 1985).

Rahde e Cauduro, sobre a característica híbrida da estética explicam que a pós-modernidade “se tornou aparência [...] passando a buscar o ecletismo e combinando diversos estilos ou diferenças, arcaicas ou novas, numa colagem que funde o intelectual com o popular, o racional com o onírico” (2005, p. 197). A ferramenta da publicidade, por exemplo, toma parte importante nesse processo, conforme escreve Harvey, “a promoção da publicidade como ‘a arte oficial do capitalismo’ traz para a arte estratégias publicitárias e introduz a arte nessas mesmas estratégias” (2008, p. 65). Dessa maneira, percebe-se uma abrangência comercial incutida no valor estético, pois até “[...] a arte tem uma condição de mercadoria totalmente clara” (CRIMP, 1987, p. 85, apud HARVEY, 2008, p.64). Desse modo, para o propósito da aparência e do imediato resultado, qualquer referência ou ideia estética passa a ser plausível, conforme explicam Rahde e Cauduro, a complexidade, dúvida, variação e efemeridade são valores que se sobressaem “e, mais que tudo, em vez da mesmice, o diferente – seja ele belo, regular ou feio” (2005, p. 199).

Sendo assim, o cenário geral de apreciação do efêmero, somado aos rompimentos dados nas vanguardas, tornam a experiência estética não mais um fim crítico, mas hedônico. A relação se torna eclética e mais aberta à experiências excêntricas, tanto pela valorização das novas descobertas empíricas do indivíduo quanto

pelas gerações de novas estéticas nas vanguardas artísticas. A linguagem é criativa, não estruturada, mas intertextual. Ainda mais: a relação de consumo mercantil se estabelece pela *aisthesis*, não mais pelo status (LIPOVETSKY, SERROY, 2018, p. 330).

Assim, perceber como a feiura foi entendida, questionada e posta em função na história, auxiliará o entendimento discursivo da feiura. Como Eco explica, "uma história da feiura terá de buscar seus próprios documentos nas representações visuais ou verbais de coisas ou pessoas percebidas de alguma forma como 'feias'" (2007, p. 8), pois, diferentemente do belo, esta não obteve foco conceitual e descritivo ao longo do tempo.

Como exemplos de uso de fealdade, se tomam 1) as representações das narrativas mitológicas da Antiguidade, descritas como feias narrativamente por Eco, à exemplo da cena em que Saturno devora seus filhos (2007, p. 34); 2) Cristo ferido, crucificado, em sangue, sendo motivo artístico na Idade Média, o tema do inferno em figuras repressivas, caóticas e monstruosas, e as ambíguas representações do diabo, que vão desde figuras feias até uma transfiguração bela nas tentações de Santo Antônio - tornando o feio uma estética representativa da moral e da situação-auge cristã (DANTO, 2015, p. 61) e uma lembrança sobre o pecado, a transitoriedade da vida (VÁZQUEZ, 1999, p. 219) e dos enganos do que é belo (ECO, 2007, p. 52); 3) a excentricidade disforme maneirista no Renascimento "justificada como recusa da simples imitação e das regras, que não determinam o gênio, mas dele nascem" (p. 169); A romantização do feio e os vanitas, na Idade Moderna, que colocavam a feiúra num patamar sublime (p. 272), ou, no segundo exemplo, como uma lembrança da efemeridade da vida (DANTO, 2015, p. 55); O sadismo e exaltação prazerosa-luxuosa do feio no decadentismo (ECO, 2007, p. 333-352) da Idade Contemporânea e o surrealismo, dadaísmo, futurismo e cubismo, participantes das vanguardas artísticas do século XX - vale considerar suas diferentes relações com a fealdade, em ordem: liberdade criativa (p. 369), rebeldia (p. 63), aderência à industrialização (p. 368) e desconstrução formal referenciada na cultura africana (p. 369). Já atualmente, como Scruton (2013) descreve, a relação artística com a estética feia é construída sob a dessacralização da moral, religião e de objetos sacralizados como belo. Em síntese, houve na história a representação de algo naturalmente profano, feio, de maneira profana, feia; em paralelo, há a atuante

representação profana, feia, de temas que são sagrados e belos (p. 177-188). Sobre isso, Danto (2015) apresenta uma oposição, dissertando que a feiura na arte atual, em função contrária à beleza, “pode possuir também um vínculo com a moralidade que a beleza tem” (p. 61). Assim, observa-se uma ampla utilização desta categoria estética, e além disso, nota-se os rompimentos conceituais atrelados nos exemplos históricos à feiura.

Nas palavras de Danto “a beleza não está sempre certa” (2015, p. 130). A ação de embelezamento dos fatos sociais considerados ruins pela moral mitiga facetas problemáticas da realidade atual (VÁZQUEZ, 1999, p. 222). A feiura pode também apresentar-se relacionada à moral como nos exemplos artísticos. Também pode ser relacionada com a ideia de prazer. Assim, compreende-se a sua diversidade discursiva e que para ela não cabe o simples juízo de valor imoral. A sociedade hiperestética, de Lipovetsky e Serroy encontra a feiura catalisada e experimentada em seu contexto.

Análise e Discussão

A análise do discurso, por Gregolin, “significa tentar entender e explicar como se constrói o sentido de um texto e como esse texto se articula com a história e a sociedade que o produziu” (1995, p. 20) . Caregnato e Mutti (2006, p. 681) explicam esta característica interpretativa cabível ao indivíduo defronte ao discurso analisado: "o enunciado não diz tudo, devendo o analista buscar os efeitos dos sentidos”. Sendo assim, neste estudo, por meio da interpretação da estética feia (fenômeno estético/linguístico) apresentada em Meet Graham e em duas tirinhas de Cornellà (objetos de estudo), o objetivo da pesquisa é compreender este uso estético em relação à valores sociais contemporâneos estudados na pesquisa bibliográfica, que foi construída dialeticamente pelos fenômenos artísticos e filosóficos estudados neste trabalho.

A escolha dos objetos de estudo contemplou as seguintes determinações: produtos visuais recentes, diferentes entre si em sua origem geográfica, diferentes entre si em categoria comunicacional, relevância ⁸ ⁹ e associação estética ao feio. Para a

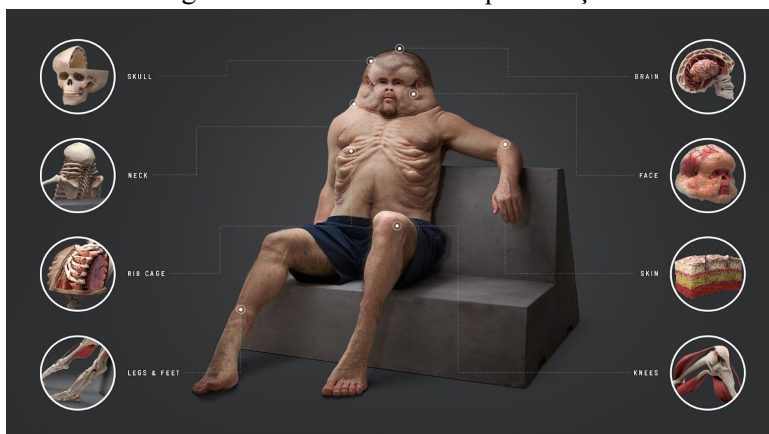
⁸ Meet Graham é um produto publicitário lançado em 2016, pela agência ClemengerBBDO, localizada em Melbourne, Austrália. Contou com a participação da artista plástica Patricia Piccinini. Ganhou GP em Cannes Lions, em Health & Wellness em 2017, além das premiações no D&AD, One Show e Festival de Nova York.

⁹ Joan Cornellà é um ilustrador nascido em Barcelona, em 1981. Sua página do facebook tem mais de 4,7mi de curtidas e seguidores, 2mi no instagram e 342 mil seguidores no twitter. Ele também expõe suas obras em museus e exposições pelo mundo e conta com uma fervorosa interações de seus fãs pelas redes sociais.

comprovação de associação estética foi utilizada a interpretação diante de similaridades estilísticas dos objetos de estudo em relação às artes mencionadas pelos estudiosos utilizados, o que é assegurado pela isotopia (GREGOLIN, 1995, p. 20). Esta estará sintetizada nos quadros seguintes à apresentação de cada objeto de estudo.

O case publicitário Meet Graham objetiva a conscientização do comportamento adequado no trânsito, explicando a fragilidade do corpo humano perante acidentes. A comunicação parte de uma escultura artística que centraliza a mensagem. Intitulada Graham, a obra apresenta deformações, as quais mostra características adaptativas e biológicas que fariam do modelo o único ser humano capaz de sobreviver a tais acidentes, segundo estudos para a produção da obra. Através do site da campanha “meetgraham.com.au/” e de aparatos tecnológicos nas exposições realizadas em museus, um conteúdo explicativo é exibido ao público, de como cada parte do corpo humano é afetada em acidentes de trânsito e de como foram adaptadas em Graham (CLIOS, 2017).

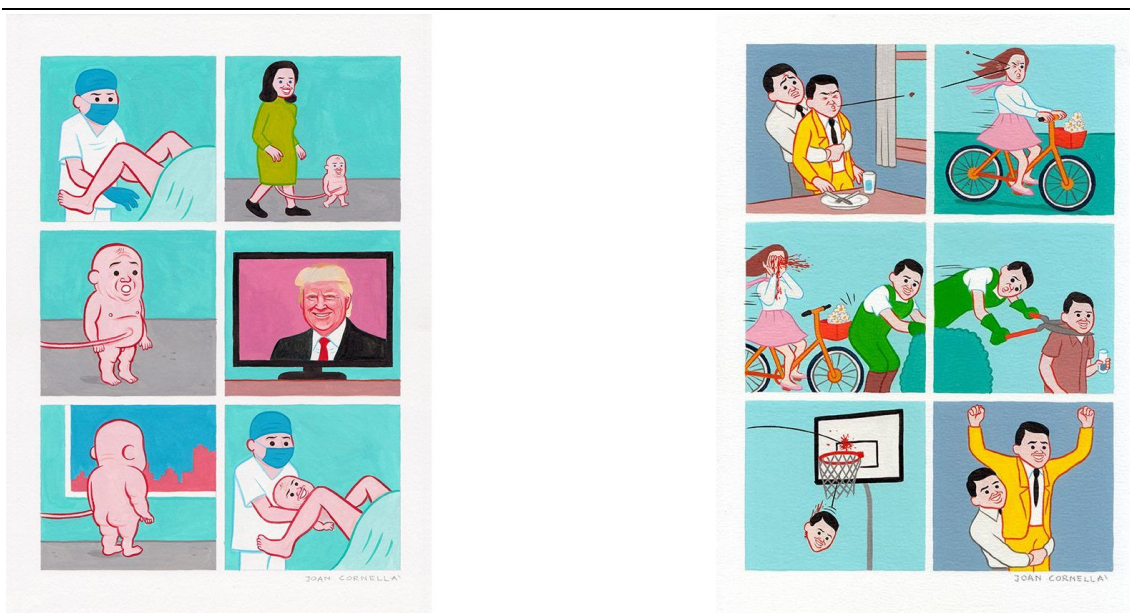
Figura 1 - Graham e suas especificações



Fonte: clios, 2017.

O outro objeto de estudo é composto por duas tirinhas de Joan Cornellà. Sua leitura social é cínica, no que tange à aparência sorridente e irônica de seus personagens mesmo em situações trágicas - visão compartilhada também por sua audiência nas redes sociais, segundo descrição em seu site (JOAN CORNELLÀ, s/ data).

Figura 2 - Tirinha 1 e Tirinha 2 de Cornellà



Fonte: Adaptado de facebook de Joan Cornella, 2018.

Para a Tirinha 1¹⁰ encontra-se o caráter de crítica social. Existe um sentido construído de maneira mais clara à protestar contra a figura política do atual presidente norte-americano, Donald Trump. Já na Tirinha 2¹¹ a construção de sentido não é percebida. Não suscita crítica social eminente, mas ilustra uma série de ações encerradas em um desfecho tragicômico.

Tendo apresentado os objetos, justificam-se as suas associações estéticas ao feio.

Quadro 1 - Referencial de Graham

Obra Artística	Associação Estética
O Inverno, Giuseppe Arcimboldo, 1563.	Tendência ao bizarro, liberdade do retrato humano.

¹⁰ Nesta tirinha 1) um médico realiza um parto, então 2) mãe e bebê, recém nascido e ainda nu, caminham, ainda unidos pelo cordão umbilical, com expressões sorridentes. 3) A criança parece surpresa com algo, e para de andar, 4) observando uma televisão com o rosto de Trump reproduzido. 5) O recém-nascido para em frente à uma janela com uma paisagem urbana, parece refletir, mas não se sabe o que pela expressão facial, pois está de costas. No último quadro, 6) o mesmo médico que realiza o parto parece retornar a criança, sorridente, ao ventre de sua progenitora.

¹¹ Observam-se 1) dois homens em uma sala, a janela está aberta, talheres estão sobre a mesa. Um dos homens, de terno amarelo, parece estar engasgado com algo. O outro homem executa uma manobra, abraçando-o por trás, e fazendo-o expelir o projétil pela janela. 2) Este atinge o olho de uma mulher, que está dirigindo uma bicicleta ao ar livre, então 3) a moça, com seus olhos sangrando exageradamente, tapa a sua vista, perdendo o controle e atingindo as costas de um jardineiro, sorridente, que está próximo à um arbusto. 4) O jardineiro, com expressão de assustado, é então lançado para frente da moita, com a tesoura de jardinagem em mãos, a qual envolve, com suas lâminas, o pescoço de um homem, sorridente, que segura o que parece ser uma bebida. 5) A cabeça deste homem surge decapitada e ainda sorridente, derramando sangue por toda a sua trajetória: projetada em direção à uma tabela de basquete, toca a estrutura, caindo dentro da cesta. Por fim, 6) o homem que realizava a manobra suspende o outro, de terno amarelo, em um ato de comemoração: ambos sorriem - e o homem que estava engasgado mantém seus braços elevados de maneira festiva.

Mulher Grotesca, Quentin Metsys, 1525-1530.	Irregularidade das feições e a desproporção entre as partes. Dobras de pele, desproporção facial óssea e dos órgãos, desalinho.
Painted Queen Small Blue Room, Paul McCarthy, 2003.	Partes do corpo não são harmônicas, naturais, objeto isolado da ordem natural, deslocamento, isolamento.
Woman in a green hat, Pablo Picasso, 1947.	A posição dos órgãos do corpo desassociada ao natural, caos anatômico.
A dor humana, Alberto Martini, 1923.	Deformidade carrega teor desconfortável, depressivo.
Deliri anatomici, Alberto Martini, 1958.	Análise científica, desventramento, esqueletos, nojo.
Anatomical Venus Circa, Clemente Susini, 1790.	Órgãos expostos, dissecação, repulsa e curiosidade científica.

Fonte: o autor, 2019.

A deformidade atrelada à Graham concebe a característica da feiura, rompendo com a natural representação harmônica do ser humano. A desproporcionalidade, a posição incomum e as características expositivas dos órgãos internos do corpo colaboram para uma experiência estética do feio neste objeto de estudo. As sensações provocadas podem ser associadas ao estranhamento, sofrimento, desagrado, repulsa e nojo, correlacionando estas obras expostas com conceitos das bibliografias pesquisadas.

Além da deformidade humana, também podem-se contemplar aspectos sobre a doença e a monstruosidade na estética percebida de Graham. Eco menciona que a partir da Idade Média havia excitação intelectual pelo tema “monstro” (2007, p. 243). Dessa maneira, pode-se conceber como curiosa a estética final de Graham, como monstro. Já quanto à doença, Eco (p. 302) descreve que “se torna feia quando comporta a deformação dos ossos e dos músculos”, o que apresenta uma outra leitura sobre a deformidade da obra. Assim, Graham é entendido a partir de diversas perspectivas como feio. Agora, o estudo parte para o referencial estético de Cornellä.

Quadro 2 - Referencial de Cornellä

Obra Artística	Associação Estética
-----------------------	----------------------------

Mito de Saturno devorando seu filho. Representação: Saturno devorando um filho, Francisco de Goya, 1819-1823.	Feiura narrativa, moral, horror, crueldade, tragédia.
Judite corta a cabeça de Olofernes, Caravaggio, 1599.	Corte de membros, sangue, decapitação.
ilustração para a fábula O Pequeno Polegar, Gustavo Doré, 1862.	“Feio de situação”, inquietação, ocasião incômoda, situações sinistras, extraordinário, desconforto natural.
Cristo sofrente, Aelbrecht Bouts, 1490.	Feridas, sofrimento, tortura.
O contrato de venda, Quentin Metsys, século XVI.	Expressão facial exagerada, caricatura, traços desvirtuosos expressados.

Fonte: o autor, 2019.

Em suma, encontra-se em Cornellä a feiura em uma perspectiva que se relaciona à moral, subjetivamente, por meio de: atos horrendos, tortura e mutilação, pelas situações inquietantes. Além destas, em noções mais objetivas, pelas representações de feridas e sangue e expressões deformadas da feição humana ou na relação de extraordinariedade de recém-nascidos - na Idade Antiga símbolos de “desgraças eminentes” (ECO, 2007, p. 108), na Idade Média com certa curiosidade científica, entendidos como “contrários a natureza conhecida”, mas sendo naturais (p. 241). De qualquer forma, estão estes citados à compreender aspectos de sua feiura observada a característica incomum, não-natural para as suas épocas. Logo, as tirinhas de Cornellä são concebidas como feias. Já as sensações que permeiam a experiência estética diante das tirinhas de Cornellä podem tocar aspectos contraditórios.

Por um lado, na obscenidade de algumas tirinhas, se encontram aspectos cômicos para alguns, provocando o riso (ECO, 2007, p. 132), no que o próprio Cornellä categoriza como tirinhas cômicas. Também identifica-se, nas montagens trágicas das histórias de Cornellä, a sátira: na perda da harmonia natural (Tirinha 1), em situações frustrantes de "animalização dos traços humanos", seja na falta de habilidade das personagens mediante situações orquestradas tragicamente (Tirinha 2). Nessas duas características pode-se entender um aspecto não intencional, até niilista, em relação ao

propósito das narrativas do cartunista: voltado apenas ao prazer do riso, na surpreendente mudança de rumo de suas histórias e na fatalista tragédia da vida humana.

Por outro lado, compreende-se uma percepção que tange sensações de revolta, nojo, desagrado, desconforto, incômodo, sofrimento e agonia - essas podem ser percebidas de maneira crítica, em uma denúncia social contra a figura de governo norte americana, como na Tirinha 1, ou de maneira nonsense, no sangue e na explicitação de uma decapitação, por exemplo, como na Tirinha 2.

Analisando o discurso em Graham, a estética feia é coerente como atributo chocante, tendo a temática do caso. Não poderia ser dada à beleza o mesmo valor de uso. Assim, a estética se torna coerente e justificável. Seu atributo repulsivo não apenas colabora para a eficiência comunicativa, atração do público e a notoriedade - mas a indesejável deformidade presente na obra espanta o observador, propõe um incômodo, o qual facilita o entendimento da argumentação da peça publicitária: o corpo humano é frágil, não suporta acidentes de trânsito, e é preciso cuidado na direção. Então, a estética de Graham é uma escolha mais verdadeira do que farsesca, não esconde a negatividade do tema “acidentes de trânsito”, mas transparece a fraqueza do corpo humano. Logo, a estética feia utilizada nesta peça publicitária serve como comunicação de uma mensagem moral, que conscientiza uma ação humana de preservação no trânsito. Ela se encontra em objetivo do que é bom comumente: a preservação da vida.

Mas também, discursivamente, tendo em vista as outras demandas antropológicas contemporâneas, Graham é um produto de consumo estético publicitário. A feiura se exhibe em outras observações, como no conceito de espetáculo. A peça se vende como arte, tornando-se assim um espetáculo à ser consumido, descoberto - deixando de ser estritamente publicitária, ela entretém. E isso é catalisado pela estética estranha, curiosa, feia, a qual Graham apresenta. Torna interessante a observação, desperta a atenção e ocorre em uma experiência de descoberta do observador para as características expostas. Esse caráter experiencial se desloca potencializado através de aparatos tecnológicos. O observador pode navegar por dentro de seus órgãos, que também apresentam aspectos repulsivos, imergindo na experiência da obra.

O mote da feiura da arte não se encontra intacta em Graham. A imersão ao feio se torna um caminho ao consumo, ao hedonismo e à experiência. Se, por um lado, a feiura foi entendida como estética válida e encontra suas funções associadas à repulsa em Graham, por outro ela se torna um objeto de descobrimento hedônico, individual, desligado de qualquer propósito revolucionário da arte, ou de crítica social abrangente. A estética feia de Graham se apropria de doses das características reflexivas e repulsivas que a feiura pretende na arte, mas se flexibiliza diante das demandas do cenário contemporâneo, tornando-se palatável - ou melhor, já sendo assim concebida pela sociedade pluralista atual. Torna-se um produto estético a ser experimentado.

Já nas tirinhas de Cornellà, observa-se diferentes relações com a feiura: a Tirinha 1 se caracteriza por uma crítica, enquanto a Tirinha 2 apresenta uma narrativa nonsense. Na primeira, o ilustrador provoca reflexão social pela estética e narrativa feias, denúncia. Na outra, é suscitada a desvirtude incontrolável e fatalista da humanidade, nas histórias sem explicação e na falta de sentido na trajetória humana.

Na Tirinha 1 existe a crítica social ao Donald Trump. Cornellà aplica um juízo de denúncia, se opondo ao presidente ao retratar a impossível e feia volta de um recém-nascido ao ventre materno, por se negar a existir em um cenário presidido por ele. Pode parecer ter uma busca da boa moral, em favor da negação de Trump, mas a realidade é que Cornellà não identifica qualquer que seja a boa moral. A fealdade é utilizada pela visão niilista, desassociada da moral. Já na Tirinha 2, não existindo crítica social aparente, a feiura do cartoon se apresenta em uma narrativa que, ao final, deveria ser lida como trágica e é comemorada pelas personagens. A cabeça da personagem decepada, se direcionando em uma orquestrada narrativa irônica para a cesta de basquete, faz as personagens comemorarem a feitoria. Outras representações da feiura são dadas, no sangue e nas feridas, indicando uma experiência repulsiva.

Fato é que as ilustrações de Cornellà não mitigam a feiura percebida por ele da vida, e, mesmo que exageradamente utilizadas, as representações do feio são coerentes com o propósito da sua narrativa. É uma leitura pessoal do ilustrador. Se, traduzindo suas metáforas, a sua perspectiva cabe à retratação verdadeira do social, não cabe à esta análise, mas sim que a estética feia se justifica como coerente neste discurso.

Vale notar que a produção estética feita de Cornellà também conteúdo do espetáculo, é aprazível. Política nem morte são pontos de reflexão, mas simplesmente fatos de uma tragédia cômica que apontam ao final de desfruto, no qual o observador será surpreendido com um encerramento inesperado, com uma nova experiência, que abre mão da defesa de qualquer essência ideológica e é valorizada com bases na sensação produzida esteticamente pela feiúra de sua narrativa. O prazer é encontrado até nesta leitura torpe da morte das personagens, pois o observador é provocado ao riso.¹²

Assim, a dessacralização é uma expressão da feiura nestas narrativas. Seja no recém-nascido que nega a sua própria recente vida na terra ou na morte sendo comemorada. Não há salvação, e a fealdade caricata retrata o cinismo do autor. Assim, ambos os cenários por onde as narrativas se desenvolvem são caóticos e a feiura está presente nesta trama como atributo de desconforto da vida humana, onde as personagens fazem-se rir dos diversos danos. A feiura não é utilizada para defender verdade alguma, mas representar o caos e o niilismo social.

Em suma, a feiura percebida em Cornellà realiza a problematização da sociedade; possui um caráter de denúncia e de tragédia humana, serve como atributo chocante, dessacralizador. Mas também verte-se ao prazer cômico das tragédias narrativas, ou das surpresas em seus finais de história, do humor. A estética do feio é utilizada sem pretensão moral, mas em sua negação - não defende qualquer verdade. As tirinhas são objetos de consumo, de prazer e descoberta. Mesmo nas inquietantes e repulsivas situações, o observador se torna engajado à decifrá-las, participar da decodificação estética da feiura, se tornando ativo no enredo estético que se constrói.

Considerações Finais

Tendo em vista o cenário social, que funciona como amplificador estético, e as diferentes características discursivas apresentadas nestes dois objetos de estudo, pode-se generalizar que a feiura, como ferramenta de discurso, é ampla em suas funções no

¹² Scruton observou na arte contemporânea (2013, p. 183-184) uma “iconoclastia estética” sobre o belo: toda vez que ameaça surgir, ela é suprimida pela feiura. Dessa maneira, observa-se esta visão de negação, dada pelas tragédias, suscitadas pela narrativa de Cornellà. Na Tirinha 2, a história se inicia em um ato de auxílio, se desencadeiam tragédias que são, contraditoriamente, comemoradas. A beleza de um ato humano é suprimida pela fatalidade.

recorte contemporâneo. A estética feia é um diferenciador, tanto em questões da aparência quanto ao discurso que emite. Neste contexto aberto e plural, a experiência sensitiva dada pelo estímulo do que é feio é mais uma nova experiência, na qual a beleza não pode se realizar, pois emite estímulos próprios.

Em ambos os casos, a feiura - embora repulsiva - não é insatisfatória em sua trajetória final: ela é coerente, atrativa e prazerosa pelo seu caráter de descoberta, experiência, tão valorizados contemporaneamente. O feio manteve-se explícito, foi assumido, mas não foi apropriado em ocasiões estabelecidas como imorais apenas, como é atributo estético de uma campanha de conscientização, como em Meet Graham; ou até no caso amoralmente pretendido pelo ilustrador Cornellà.

Apesar disso, o feio não participa de maneira purgada de qualquer interesse hedonista, mas em um contraponto à revolucionária visão vanguardista, sendo mais um fruto possível de sensação. Assim, generaliza-se que a estética torna-se ferramenta do indivíduo, na medida em que ele a manipula em autobenefício. Mas indaga-se o quanto o indivíduo é refém de seu uso, por consagrar este prazer encontrado nela.

REFERÊNCIAS

ABECHE, Daniel Pala. **Cibercultura, visibilidade mediática e crítica da comunicação: o sujeito na rede e compartilhamento de música no ciberespaço**. Porto Alegre: Editora Fi, 2019.

CAREGNATO, Rita Catalina Aquino; MUTTI, Regina. **Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo**. Florianópolis: Texto Contexto Enferm, 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/tce/v15n4/v15n4a17>>. Acesso em: 09 de outubro de 2018.

Case Meet Graham. CLIOS. Disponível em: <cliios.com/awards/winner/events-experiential/transport-accident-commission-victoria/meet-graham-25787>. Acesso em: 30 de setembro de 2018.

DANTO, Arthur. **O abuso da beleza**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2015.

ECO, Umberto. **História da feiura**. Trad. Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2007.

ECO, Umberto. **A definição da arte**. Trad. José Mendes Ferreira. Lisboa: Edições 70, 2006.

GREGOLIN, Maria do Rosario Valencise. **A análise do discurso: conceitos e aplicações**. In: Alfa. São Paulo: Alfa, 1995. Disponível em:

<<https://periodicos.fclar.unesp.br/alfa/article/view/3967/3642>>. Acesso em: 09 de outubro de 2018.

HARVEY, David. **Condição Pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2008.

JAMESON, Fredric. **Algumas características das imagens contemporâneas**. In: Novos Estudos, edisciplinas USP. 1985. Disponível em:
<https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2918778/mod_resource/content/1/516_13_base_JAMESON_%20pos%20modernidade%20e%20sociedade%20de%20consumo_novos%20estudos.pdf>. Acesso em: 17 de maio de 2018.

KUMAR, Krishan. **Da sociedade Pós-Industrial à Pós-moderna**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo**. São Paulo: Schwarcz, 2018.

MARCONI, Marina; LAKATOS, Eva. **Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2011.

Meet Graham. CLEMENGERBBDO. Disponível em:
<<http://clemengerbbdo.com.au/en/work/57956801f1e61dca670774e3>>. Acesso em: 30 de setembro de 2018.

RAHDE, Maria; CAUDURO, Flávio. **Algumas características das imagens contemporâneas**. In: Unisinos Fronteiras. 2005. Disponível em:
<<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6392>>. Acesso em: 30 de maio de 2018.

SCRUTON, Roger. **Beleza**. São Paulo: É realizações, 2013.

SEVERINO, Antônio. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2007.

Site Joan Cornella. JOAN CORNELLÀ. Disponível em: <<https://joancornella.net/about>>. Acesso em: 03 de outubro de 2018.

Site Meet Graham. MEET GRAHAM. Disponível em: <www.meetgraham.com.au/>. Acesso em: 30 de setembro de 2018.

TOLSTOI, Leon. **O que é arte?** Trad. Bete Torii. São Paulo: Ediouro, 2002.

VÁZQUEZ, Adolfo Sánchez. **Convite à estética**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.