

EDITAL DE INSCRIÇÃO (RESUMO EXPANDIDO) - COMUNICAÇÃO

**A COMUNICAÇÃO ATRAVÉS DOS MOVIMENTOS ARTÍSTICOS DO
SÉCULOS XIX E XX**

Bárbara Pessanha (barbarapesslima@gmail.com)

Este artigo, nominado A comunicação através dos movimentos artísticos do séculos XIX e XX, integra a dissertação de mestrado de Bárbara Pessanha Lima em andamento na PósCom Umesp com orientação do professor Dr. Dimas Antonio Kunsch, intitulada A comunicação das cores: simbologia das cores na linguagem arteterapêutica. O objetivo da Dissertação e desse trabalho de pesquisa em andamento é investigar, em abordagem teórico exploratória, a relação simbólica das cores no contexto da Arteterapia com ênfase na Psicologia Analítica junguiana. Parte se da hipótese de que a cor funciona como signo relacional que atravessa o setting terapêutico, a História da Arte e a Comunicação Social, mediando inconsciente coletivo, espírito do tempo e experiência individual. A Comunicação é tomada como ponte interpretativa das linguagens visuais, permitindo observar como subjetividades expressas em obras convertem se em mensagens coletivas e produzem sentidos compartilhados. Assim, esse artigo visa fazer uma condução através da arte pelas cores, História e Psicologia Analítica com a Comunicação social como fio condutor. O recorte principal contempla os séculos XIX e XX, quando transformações técnicas e culturais reconfiguraram o estatuto da cor. A invenção dos tubos de tinta em 1841 ampliou a autonomia do artista e favoreceu o Impressionismo, que rompeu com o realismo clássico e valorizou a cor como signo da percepção. Nos desdobramentos seguintes, Pós-

impressionismo, Fauvismo, Expressionismo, Cubismo, Futurismo, Dadaísmo, Surrealismo, Abstracionismo, Bauhaus, Pop Art, Minimalismo e Arte Contemporânea, consolidou-se a centralidade cromática, atualizada por formas, expressões e linguagem que não haviam até então sido contempladas ou exploradas. Em cada movimento a cor ora enuncia estados psíquicos, ora convoca espiritualidade, ora organiza críticas sociais e leituras do consumo e do cotidiano, instaurando gramáticas visuais próprias que refletem e intervêm nas formas de comunicação de cada época. Dialogamos com referenciais da Comunicação Social para sustentar essa leitura. A semiótica peirciana, reconstituída por Santaella e Chiachiri, permite compreender a cor como ícone, índice ou símbolo conforme seu regime de produção de sentido. A teoria junguiana nos auxilia a ampliar como a interpretação do público atualiza o significado das obras nos contextos sociais, culturais e do tempo de cada uma delas. A teoria crítica da indústria cultural ilumina a Pop Art e suas relações com repetição, consumo e espetáculo. No campo brasileiro, autores como Clotilde Perez, Luciano Guimarães e Modesto Farina oferecem base para pensar a cor como sistema expressivo e comunicacional, articulado a marcas, identidades e imaginários. A Bauhaus ocupa lugar singular ao sistematizar estudos cromáticos em diálogo direto com design, arquitetura e publicidade, fornecendo bases que seguem informando a comunicação visual contemporânea. Sua proposta de integrar arte e técnica aponta para uma linguagem mais universal e funcional, com efeitos duradouros sobre branding, sinalização, tipografia e interfaces. No Brasil, a síntese entre vanguardas europeias e especificidades locais emerge da Semana de Arte Moderna de 1922 e de desdobramentos como a antropofagia cultural, oferecendo um campo fértil para pensar a cor na construção de identidades e na crítica social. Conclui-se que a arte moderna e contemporânea deixa de ser mera representação do real e se afirma como linguagem comunicacional complexa. Cores e formas tornam-se signos que organizam narrativas coletivas, constroem identidades culturais e evidenciam transformações sociais. A arte não apenas acompanha o tempo histórico. Ela o media simbolicamente, tornando o invisível sendo capaz de ser observado, elaborado e comunicando, muitas vezes em camadas de sentido que as palavras nem sempre alcançam. Assim, arte e comunicação mostram-se indissociáveis ao produzir sentidos que atravessam história, sociedade e imaginação, com desdobramentos diretos para práticas terapêuticas e para o complexo cultural brasileiro, e isso abarcado pela psicologia

Palavras-chave: comunicação social; cores; inconsciente coletivo; semiótica; arte.