

DA PERCEPÇÃO À REPRESENTAÇÃO NA CULTURA DAS MARCAS

O percurso que leva da percepção à representação na cultura humana representa a transição da experiência sensível, direta e objetiva à criação de modelos, conceitos e símbolos que outorgam significado e sentido a esta experiência. Por esta razão, a cultura, por meio de sistema de crenças, normas e valores, proporciona o marco interpretativo que permite às pessoas não só perceber o mundo, mas, também, lhe outorgar um sentido culturalmente relevante acerca da nossa compreensão do mundo.

Nesta perspectiva, este número inicia-se com um artigo que trata sobre o processo de humanização das marcas, entendidas no âmbito das relações tanto pessoais quanto profissionais. Esta mediação digital joga um papel relevante quando identidade e identificação são correlatas à necessidade, demanda e desejo do consumidor. Na sequência, a percepção sensorial, pensada como um dispositivo metodológico referenciado pelas cores, atinge a experiência estética emocional pelos sentidos, indo além da simples descrição física destes assinalando o filtro afetivo da nossa consciência. O modelo de instalação apresentado reforça o que Kandinsky enuncia do púlpito da Bauhaus sobre o vermelho: força, energia, dinâmica; que pode ser tanto alegre como inquietante, de acordo com o contexto no qual se execute a obra.

«Acolhimento em tempos de Home Office» incide sobre o tema da hospitalidade. Sobretudo quando se tratou de enfrentar a crise da pandemia. Nada mais oportuno para o mundo corporativo que a possibilidade de ampliar seus horizontes para criar experiências agradáveis, personalizadas e memoráveis para clientes que utilizam a tecnologia digital com o fim de melhorar a comunicação, o serviço e a interação. Logo, a teoria de sistemas na mira da hospitalidade aplicada ao setor de cervejas artesanais no Brasil, pletórica de elementos interrelacionados que impactam na sua percepção comportamental.

Em «Experiência Nº2» (1931) e «Experiência Nº 3» (1956), de Flavio de Carvalho; Parangolés (1964) de Hélio Oiticica; e Ginástica da pele (2019) de Berla Reale tecem-se relações entre arte, performance e vestimenta. A primeira circunscrita à esfera pública acessível a todos no seu afã democrático; a segunda à manifestação que envolve a realização de ações transformadoras num tempo e espaço ordinário; e as vestimentas, junto com outros elementos, como o corpo, a interação com o público e o espaço, contribuem para transmitir a mensagem sociocultural de pertencimento, no período histórico no qual se inscreve.

O caráter humanista desta edição trata sobre o espírito da arte de um pintor. Pode ser todo e qualquer artista na sua singularidade que se expressa por meio da obra, incluindo estilo, visão de mundo e as emoções que transmite. É o componente imaterial: pura subjetividade da arte, além da técnica e o resultado visual.