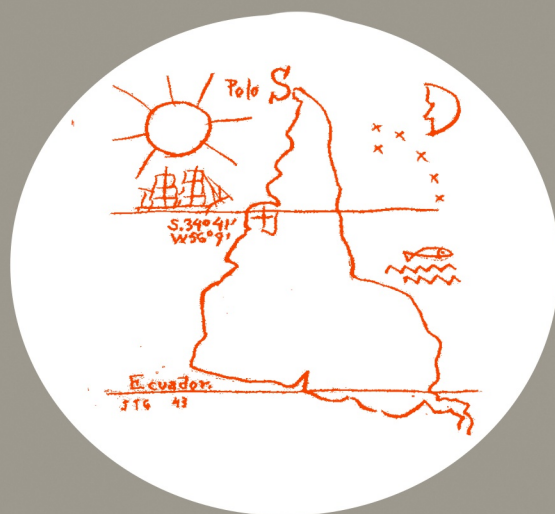


# TODAS AS ARTES

.....  
**REVISTA LUSO-BRASILEIRA DE ARTES E CULTURA**  
ALL THE ARTS LUSO-BRAZILIAN JOURNAL OF ART AND CULTURE



Vol. 7, N. 3, Set.-Dez. 2024  
ISSN 2184-38052  
**Volume Especial**

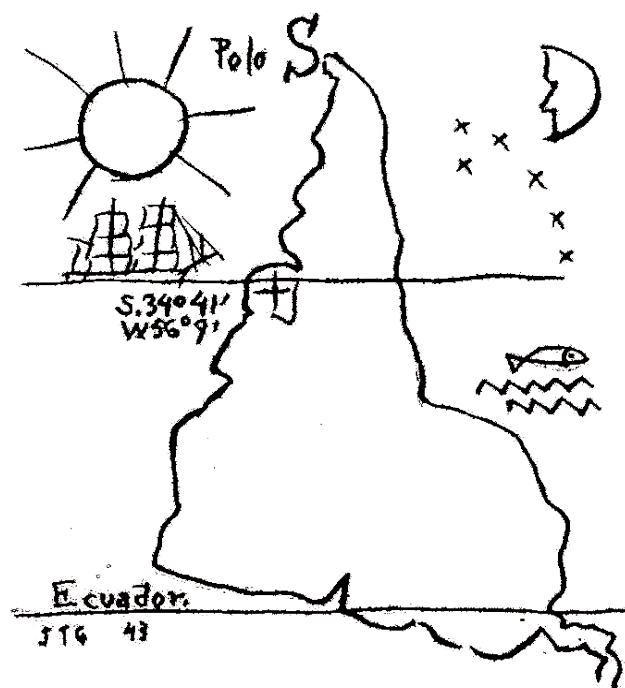
# Debates entre Sociologia e História da Arte

## **América do Sul e Brasil em perspectiva**



Organização

**Maria Lúcia Bueno**  
**Marcelo Ribeiro Vasconcelos**  
**Sabrina Parracho Sant'Anna**



# A DESCONSTRUÇÃO DO OLHAR NA ARTE E NA CULTURA VISUAL: UMA RESENHA DO LIVRO *MODOS DE VER*<sup>1.)</sup>

THE DECONSTRUCTION OF THE GAZE IN ART AND VISUAL CULTURE: A REVIEW OF THE BOOK *WAYS OF SEEING*

LA DÉCONSTRUCTION DU REGARD DANS L'ART ET LA CULTURE VISUELLE: UNE CRITIQUE DU LIVRE *WAYS OF SEEING*

LA DECONSTRUCCIÓN DE LA MIRADA EN EL ARTE Y LA CULTURA VISUAL: UNA RESEÑA DEL LIBRO *MODOS DE VER*

Júlia Almeida de Mello

Universidade Federal do Espírito Santo, Programa de Pós-graduação em Artes, Laboratório de Extensão e Pesquisa em Artes, Brasil



<sup>1.)</sup> Resenha do livro *Modos de ver* (*Ways of Seeing*), de autoria do crítico de arte britânico John Berger, publicado pela primeira vez em 1972, em decorrência do programa televisivo homônimo da British Broadcasting Corporation. Londres: Penguin Books. A versão mais recente traduzida para o português foi publicada em 18 de janeiro de 2023 pela Fósforo Editora (São Paulo).

## 1. Introdução

Publicado originalmente em 1972, *Modos de ver (Ways of seeing)*, do crítico de arte, romancista, pintor e escultor inglês, John Berger (1926-2017), é uma obra de grande influência nos estudos de arte, cultura visual e comunicação social. Baseado na série televisiva homônima da BBC, o livro propõe uma reflexão crítica sobre como as imagens são percebidas, interpretadas e utilizadas dentro da sociedade ocidental. Ao longo de sete ensaios – incluindo três que são estritamente visuais –, Berger desconstrói o olhar tradicional sobre a arte, questionando as convenções que historicamente moldaram a experiência visual, especialmente em relação ao poder, à mercantilização e à representação do feminino.

A hipótese central do autor é que o modo como vemos as imagens não é natural, mas condicionado por fatores históricos, sociais e ideológicos. Ainda que na atualidade essa discussão já tenha sido fortemente incorporada aos discursos de análise e interpretação imagética, convém destacar que John Berger inaugura o tema no contexto da década de 1970 quando a sociedade ocidental passava por significativas transformações culturais, impulsionadas por movimentos como o feminismo, a crítica à cultura de massa e o questionamento das estruturas de poder tradicionais. Nesse período, a televisão e a publicidade já exerciam influência na construção do olhar coletivo, tornando a análise das imagens ainda mais relevante. Nesse sentido, Berger parte das ideias de Walter Benjamin (1935) sobre a reprodutibilidade técnica para discutir como a arte ganhou uma nova dimensão na era da reprodução em massa. Antes do advento da fotografia e do cinema, uma pintura era vista em um ambiente específico, como uma igreja ou um palácio. A difusão de imagens mediada pela fotografia e pela mídia moderna alterou de forma drástica sua significação, tornando-as suscetíveis a novas leituras e manipulações.

Em 2025, *Modos de ver* permanece uma leitura de relevância para a compreensão da arte e da cultura visual como influenciadoras na percepção do mundo e, sobretudo, para munir os leitores de ferramentas para desmontar os discursos tradicionais da história da arte, fornecendo aparatos críticos para analisar as imagens que nos cercam, desde pinturas renascentistas até a publicidade contemporânea.

## 2. Arte, ideologia e reprodução

*Modos de ver* é uma obra que apresenta uma forte crítica à forma como o discurso tradicional da história da arte, centrado em valores como o gênio artístico e a aura das obras, muitas vezes obscurece as relações de poder e dominação subjacentes às representações visuais. John Berger argumenta que as interpretações convencionais da arte frequentemente servem aos interesses das elites e reforçam determinadas ideologias, tornando essencial um olhar crítico sobre como essas narrativas são construídas.

O autor inicia com a discussão sobre a tradição da pintura europeia (situando-a entre 1400 e 1900) e sua relação com a convenção da perspectiva, argumentando que essa técnica, longe de ser um meio neutro de representação, traz uma construção ideológica que reflete uma visão específica de mundo. A perspectiva linear, desenvolvida no Renascimento, estabeleceu um modo particular de organizar as imagens, criando a ilusão de profundidade e um ponto de vista fixo. Esse sistema implica que há um observador único, posicionado fora da cena, para quem o mundo é organizado visualmente. Esse olhar centralizado e hierárquico, segundo Berger, reflete tanto um avanço técnico quanto a ideologia de um período marcado pelo individualismo, pelo antropocentrismo e pelo crescente poder da burguesia europeia.

Nesse aspecto, o livro avança para uma reflexão potente: na atualidade, a obra vem até nós e não o oposto. Berger argumenta que a experiência de ver uma pintura dentro do sistema tradicional artístico é distinta da experiência moderna de ver imagens reproduzidas. Se, no passado, uma pintura estava fixada em um lugar específico (igrejas, palácios, coleções privadas), na era da reprodução mecânica, as imagens se tornam móveis, passíveis de reinterpretações diversas. Assim, a perspectiva da pintura clássica, que organizava o olhar de forma fixa e unidirecional, perde parte de seu efeito na era da imagem reproduzível.

Essa ideia é reforçada com a análise de *Um homem com uma câmera* (1929), do cineasta soviético Dziga Vertov (1896-1954). O trabalho, tido como um exemplo de uma abordagem visual radicalmente diferente da tradição da pintura europeia baseada na perspectiva renascentista, propõe uma forma de ver fragmentada, dinâmica e múltipla, explorando o potencial do cinema para reconfigurar a percepção do mundo. Versov permite concluir que, por meio de técnicas de montagem, superposição de imagens e ângulos inesperados, a visão não é, de modo algum, estática nem tampouco objetiva, mas, de facto, construída e manipulável.

Um outro tema bastante discutido em *Modos de ver* – e talvez o central de acordo com uma perspectiva crítica feminista – é a construção da figura da mulher como objeto de contemplação. Partindo de exemplos como *Vênus e Marte* (1483-1485), de Sandro Botticelli (1445-1510), o livro ilustra como a tradição da pintura europeia construiu representações específicas do feminino e do masculino, especialmente no contexto do nu artístico. John Berger argumenta que a forma como Vênus é representada na pintura reforça a ideia de que, na arte ocidental, o corpo feminino foi historicamente estruturado para o prazer visual do espectador masculino. Vênus está deitada passivamente, observada por Marte, que, exausto após o ato amoroso, dorme ao seu lado. Essa composição exemplifica um dos pontos centrais da crítica de Berger: as mulheres, na tradição da pintura europeia, frequentemente aparecem como objetos de desejo, enquanto os homens são os agentes da cena.

Trata-se de um padrão recorrente na pintura: as mulheres são representadas não como sujeitos autônomos, mas como figuras a serem contempladas. O espectador masculino (tanto dentro da pintura, representado por Marte, quanto fora dela, na figura de quem a observa) assume o controle do olhar e do desejo. Essa construção visual traduz um sistema de poder que reforça uma visão hierárquica (e binária) de gênero, reafirmando a ideia de que a beleza feminina existe para ser vista e consumida.

### 3. Discussões cruciais

O livro avança para a constatação de que há uma lógica binária sobrepondo o pensamento dominante ocidental: na pintura clássica europeia, os homens são frequentemente retratados como figuras ativas, detentoras de poder, ação e domínio, ao passo que as mulheres aparecem como objetos de contemplação, sendo representadas para o prazer visual do espectador. Nesse sentido, de acordo com Berger, o corpo feminino nu, está dentro de um sistema de significados que reafirma a posição submissa da mulher, enquanto o homem, que veste roupas e mantém o controle da cena, representa a posse desse olhar: “os homens olham para as mulheres, e as mulheres veem-se sendo observadas” (Berger, 2023: 45).

[98]

Outra discussão em evidência na obra é a relação entre publicidade, consumo e ideais de felicidade na sociedade capitalista. Por meio de uma sequência de imagens e legendas, Berger analisa a atuação da publicidade como um sistema de persuasão visual que molda desejos e aspirações, argumentando que, nesse processo, há a criação de um senso de falta no público, sugerindo que seu status, sua beleza e até sua felicidade podem ser melhorados pelo consumo de determinados produtos. Essa lógica se baseia na promessa de um “futuro ideal”, no qual consumidor alcançaria uma versão melhorada de si mesmo ao adquirir o que está sendo vendido. No entanto, essa promessa nunca se concretiza plenamente, pois a publicidade depende da contínua insatisfação para estimular o consumo. Como desdobramento dessa constatação, Berger contrapõe a publicidade à tradição da pintura a óleo, considerando que esta celebrava a posse e o status dos economicamente privilegiados e a outra sugere que qualquer um pode alcançar sucesso e sofisticação — desde que compre os produtos certos.

Há ainda um outro aspecto fundamental abordado no livro que é o papel da arte no capitalismo moderno. Segundo Berger, no contexto da sociedade de consumo, a arte foi transformada em mercadoria, perdendo parte de sua carga crítica. O sistema capitalista teria então se apropriado das obras artísticas, deslocando seu significado original e inserindo-as em um mercado onde o valor está mais associado ao prestígio e à posse do que ao seu conteúdo estético ou ideológico. Os modos de exibição (em museus, coleções privadas e até mesmo em campanhas publicitárias) contribuíram para a construção das obras como símbolos de status e sofisticação, desvinculadas das condições sociais e históricas em que foram produzidas. Nesse contexto, a arte estaria muito mais vinculada à ideia de ser um bem de luxo (acessível apenas a uma pequena parcela da população, uma elite econômica e cultural) que a um espaço de questionamento e reflexão. Prova disso se dá com as reproduções de obras clássicas circulando amplamente, muitas vezes sem contexto ou profundidade crítica, tornando-se imagens superficiais que servem mais para reforçar um ideal de distinção cultural do que para provocar um verdadeiro engajamento intelectual ou emocional. Dessa forma, a arte, que poderia ser um instrumento de transformação social, acaba sendo assimilada pelos mecanismos de poder e consumo.

À guisa de conclusão, *Modos de Ver* continua sendo um livro acessível e provocador, com uma abordagem didática que desafia o leitor a reconsiderar sua forma de olhar para a arte e a cultura visual. Os ensaios visuais, utilizados como argumento visual, sem a necessidade de textos explicativos em alguns capítulos, se configuram em uma estratégia eficaz para demonstrar na prática o poder da interpretação visual. No entanto, convém sinalizar que a obra também apresenta algumas limitações. Embora Berger tenha sido pioneiro na análise do olhar masculino, sua abordagem não contempla de forma detalhada a perspectiva feminina ou alternativas ao olhar patriarcal. Teóricas posteriores, como Griselda Pollock e Judith Butler, expandiriam essas discussões, trazendo novas nuances para o debate sobre gênero e representação visual.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENJAMIN, W. (1935). *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. 1. ed. Suhrkamp.

BERGER, J. (1972). *Ways of seeing*. 1 ed. Londres: Penguin Books.

BERGER, J. (2023). *Modos de ver*. 1 ed. Editora Fósforo.

### **Júlia Almeida de Mello.**

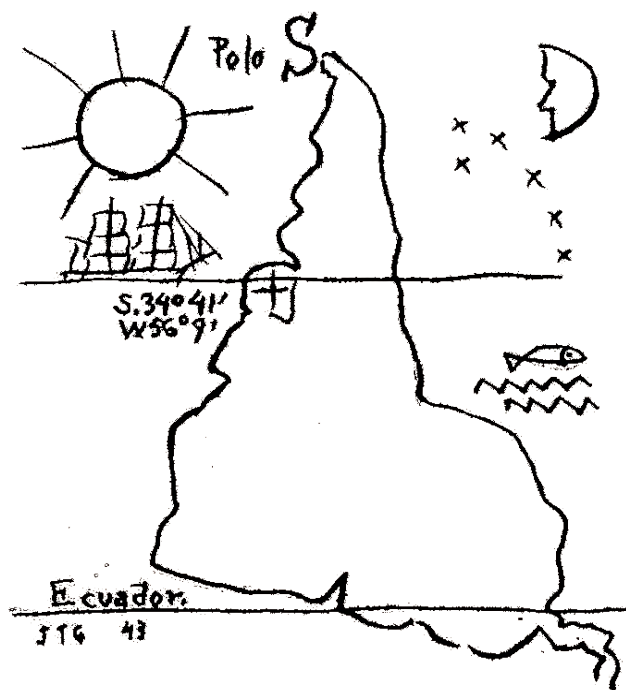
Graduada em Artes Visuais (Claretiano Centro Universitário), Licenciatura Plena em Música (Universidade Federal do Espírito Santo) e Bacharelado em Design, habilitação em Moda e Vestuário (Fundação de Assistência e Educação). Mestre em Artes (Universidade Federal do Espírito Santo) e MBA em Design e Produção de Moda (Universidade Vila Velha). Doutora em Artes Visuais (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Programa de Pós-graduação em Artes Visuais, Escola de Belas Artes). Pesquisadora no Laboratório de Extensão e Pesquisa em Artes da Universidade Federal do Espírito Santo (LEENA). Idealizadora e proprietária da marca de vestuário Blue Tree (2009-atualidade). Av. Horácio Macedo, 2151 – Faculdade de Letras, Térreo, Bloco D – Espaço EBA, Cidade Universitária – Ilha do Fundão, CEP: 21.941-901, Rio de Janeiro, RJ. E-mail: juliaalmeidademello@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8454-2453>.

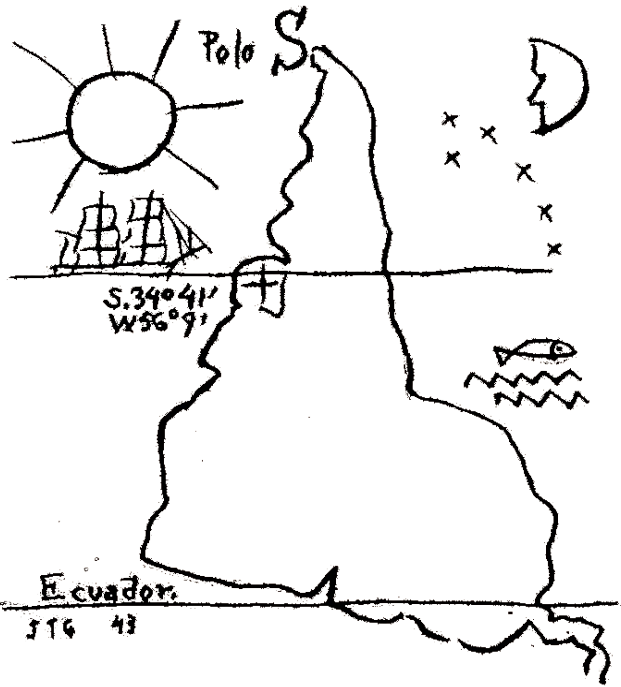
Receção: 04-09-2024

Aprovação: 10-01-2025

### **Citação:**

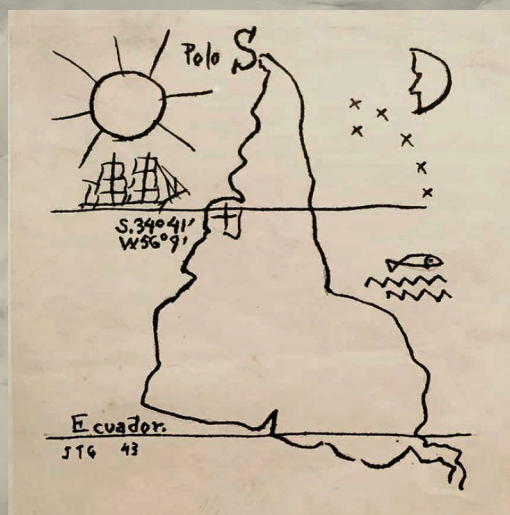
Mello, J. A, de (2024). A desconstrução do olhar na arte e na cultura visual: Uma resenha do Livro *Modos de Ver*. *Todas as Artes: Revista Luso-Brasileira de Artes e Cultura*, 7(3) Volume Especial, pp. 96-100 ISSN 2184-3805. DOI: <https://doi.org/10.21747/21843805/tavespn3r1>





# Debates entre Sociologia e História da Arte

## **América do Sul e Brasil em perspectiva**



Organização

**Maria Lúcia Bueno**  
**Marcelo Ribeiro Vasconcelos**  
**Sabrina Parracho Sant'Anna**