

A imagem para além do bem e do mal: prelúdio de uma leitura hermenêutica

Eduardo Yuji Yamamoto

RESUMO

Este texto discorre sobre a necessidade de um olhar interpretativo sobre a imagem técnica, objeto que, contemporaneamente, tem despertado interesse aos estudos de mídia e comunicação. Postula-se aqui a precariedade das análises que inferem juízos de valor às imagens (se elas são boas ou más). Em contrapartida aponta-se para a importância das experiências humanas no universo das imagens técnicas. Neste sentido propomos pensar: a) quais as condições (externas às imagens) legitimam a sua teorização; b) como as imagens podem engendrar formas de produção de realidade; e c) quais as alterações vem ocorrendo na sociedade em virtude da reprodução crescente das imagens-técnicas.

PALAVRAS-CHAVE: Imagem. Hermenêutica. Iconoclasmo. Bios Midiática.

1 Arqueologia da imagem

Chamarei de *arquivo* não a totalidade de textos que foram conservados por uma civilização, nem o conjunto dos traços que puderam ser salvos de seu desastre, mas o jogo das regras que, numa cultura, determinam o aparecimento e o desaparecimento de enunciados, sua permanência e seu apagamento, sua existência paradoxal de *acontecimentos* e de *coisas*. Analisar os fatos de discurso no elemento geral do arquivo é considerá-los não absolutamente como *documentos* (de uma significação escondida ou de uma regra de construção), mas como *monumentos*: é – fora de qualquer metáfora geológica, sem nenhum assinalamento de origem, sem o menor gesto na direção do começo de uma *arché* – fazer o que poderíamos chamar, conforme os direitos lúdicos da etimologia, de alguma coisa como uma *arqueologia*. (FOUCAULT, 2005, p.95)

A atividade arqueológica sobre um objeto como a imagem, segundo atesta as premissas teóricas de Michel Foucault, não significa uma busca pelas origens da representação humana (como supõe algumas correntes da antropologia física), mas um empenho analítico sobre os fundamentos que, num determinado recorte histórico, inferem as condições de sua produção (contexto político, econômico, institucional) enquanto objeto de interesse. São estes fundamentos, em última instância, que definem as regras de funcionamento de uma cultura, bem como a relação que esta cultura mantém com um objeto (no caso, a imagem).

Toma-se, como ponto de partida, a atual desconfiança ocidental sobre as imagens, ora colocadas em oposição às palavras (signos verbais), ora imbuídas de valores depreciativos e negativos (por exemplo, a generalização de que as imagens são falsas, escondem ou distorcem a realidade). Esta desconfiança faz parte de um ciclo intermitente, que apontam para uma existência paradoxal da imagem ao longo da história ocidental.

A compreensão de determinados acontecimentos, arrolados num regime de discurso – regularidades discursivas –, como o caso dos movimentos iconoclastas¹ (religiosos e filosóficos), serve aqui para deslocar a questão da imagem das posições maniqueístas (falso ou verdadeiro), para o problema de uma tradição judaico-cristã (no que se pode chamar hoje de neo-platonismo) que subsiste (e convive) com uma moralidade mercantil.

Acredita-se que fenômenos propriamente comunicacionais (a exemplo das experiências humanas com o universo imagético) são suprimidos quando questões de ordem moral (se algo é verdadeiro ou não) se impõem e totalizam as teorizações; tal postura elimina de imediato a possibilidade da imagem em rodudir sentidos ou realidades.

“Monumentos”, referência que Michel Foucault faz ao filósofo George Canguilhem, é aqui metáfora da realidade produzida pela descrição hermenêutica.

A história em sua forma tradicional, se dispunha a ‘memorizar’ os monumentos do passado, transforma-los em documentos.

¹ “Iconoclasmo [do grego *eikon*, imagem + *klamos*, ação de quebrar]” (MACHADO, 2001, p. 6)

Em nossos dias, a história é o que transforma os documentos em monumentos e que desdobra, onde se decifravam rastros deixados pelos homens, [...] uma massa de elementos que devem ser isolados, inter-relacionados. [...] A história, em nossos dias, se volta para a arqueologia – para a descrição intrínseca do monumento (FOUCAULT, 2004, p.8)

2 Os iconoclastos ocidentais

Não foram contra as imagens em si, todavia, que se colocavam os iconoclastas, e sim contra o sistema de representação da imagem que, desde o Velho Testamento – o qual apresenta aspectos fundamentais da tradição ocidental –, era entendido como pensamento cuja sintaxe colocava em risco o sistema de poder estruturado da época.

Autores como Gilbert Durand (2001) e Arlindo Machado (2001) afirmam dois ciclos de iconoclastia, os quais remontam a quatro períodos históricos no ocidente. Estes movimentos não são estranhos às muitas práticas sociais contemporânea; uma vez que constituem a base formadora de nossa cultura, muitos aspectos desta tradição ainda se conserva.

Tanto Durand quanto Machado estão de acordo quanto ao primeiro ciclo iconoclasta, que remete a dois momentos, representados:

- a) pelas culturas judaico-cristã e islâmica, cuja apropriação teológica (escolástica medieval) tem inspiração na filosofia platônica e aristotélica;
- b) pela implantação do iconoclasmo como doutrina oficial, em 730, pelo imperador bizantino, Leão III.

É no segundo ciclo iconoclasta, contudo, que os autores acima divergem.

Para Durand (2001, p. 12 - 13), a segunda onda iconoclasta advém:

- c) a partir do século XVII, com Galileu e Descartes, com a fundação das bases da física moderna, e a construção de um modelo sintático único de acesso à verdade: o linear e causal;
- d) no século XVIII, com David Hume e Isaac Newton, cujo empirismo factual “delimitará os ‘fatos’ e fenômenos” (2001, p. 13).

Para Machado (2001, p. 10), este segundo ciclo se apresenta:

- e) no século XVI, pela Reforma Protestante (corporificadas nas figuras de Calvino e Lutero), os quais “pregaram uma insurreição contra as imagens e um retorno às Sagradas Escrituras, corrompidas pela expansão da iconolatria” e;
- f) atualmente, na figura de filósofos como Frederic Jameson, Guy Debord, e Jean Baudrillard, os quais vêem a onipresença da imagem como a última peste do século XX.

Para estes dois autores, a afirmação de um segundo ciclo iconoclasta irá se divergir segundo seus respectivos propósitos.

3 O quarto iconoclasmo em Gilbert Durand

Durand irá retomar os movimentos iconoclastas para afirmar a hegemonia do método socrático que subsumia outras formas de acesso à verdade. O método grego, maniqueísta (ênfatisado por Platão e depois por Aristóteles), excluía todo e qualquer processo interpretativo em prol de uma técnica *a priori* de leitura linear, o que produzia, em contrapartida, um tipo de sintaxe (ou método) próprias da História, da dialética ou do positivismo.

Já em Platão existia o repúdio às imagens, consideradas falsas - simulacro, *eidolon*. A recuperação/tradução da filosofia grega, sobretudo as obras de Aristóteles por parte da escolástica medieval, fez da orientação iconoclasta uma filosofia ou doutrina oficial da Igreja. Conforme Durand (2001, p. 10): “Não devemos esquecer que a mensagem cristã foi difundida em grego, a língua de Aristóteles. Para alguns foi a sintaxe grega que permitiu a lógica aristotélica!”

O método grego atravessou todo período medieval e atingiu seu ápice na Renascença, num percurso predominantemente iconoclasta.

Lógico que, se um dado da percepção ou a conclusão de um raciocínio considerar apenas as propostas “verdadeiras”, a imagem, que não pode ser reduzida a um argumento “verdadeiro” ou “falso” formal, passa a ser desvalorizada, incerta e ambígua, tornando-se impossível extrair pela sua percepção (sua “visão”) uma única proposta “verdadeira” ou “falsa” formal. A imaginação, portanto, muito antes de Malebranche, é suspeita de ser “amante do erro e da falsidade”. A imagem pode se desenovelar dentro de uma descrição infinita e uma contemplação inesgotável. Incapaz de permanecer bloqueada no enunciado claro de um silogismo, ela propõe uma “realidade velada” enquanto a lógica aristotélica exige “clareza e diferença.” (DURAND, 2001, p.10)

Uma sintaxe da imagem, um golpe interpretativo na razão, colocava em risco, segundo Durand, o sistema de poder político-teológico consubstanciado no “método”. Não é casual, neste caso, que o pensamento científico tenha se legitimado neste período. Afora os interesses de uma burguesia emergente (veiculadora de uma ideologia técnica e sedenta pelos benefícios da ciência), o caminho de acesso ao conhecimento não contestava a existência de Deus, mas estava diretamente relacionado a um absolutismo transcendental, incorporada na concepção do método.

O exclusivismo de um único método, “para descobrir a verdade nas ciências” – este é o título completo do famoso Discurso (1637) de Descartes – invadiu todas as áreas de pesquisa do “verdadeiro” saber. A imagem, produto de uma “casa de loucos”, é abandonada em favor da arte de persuasão dos pregadores, poetas e pintores. Ela nunca ascenderá à dignidade de uma arte demonstrativa. (DURAND, 2001, p. 12-13)

Cumprir destacar aqui, que o repúdio ao sistema de representação das imagens (baseada no imaginário) ao longo da história ocidental, não impediu a esporádica manifestação de uma “iconoclastia endêmica” e latente. Para Durand (2001, p. 31), a história da iconoclastia aponta para uma espécie de choque de consciência no ocidente. Ele indaga: como uma civilização que ostentou em sua filosofia um repúdio às imagens, pode ver surgir, no século XX mais precisamente, uma “revolução do vídeo”, base condicionante de uma “civilização da imagem”? Um fenômeno, segundo ele, que jamais foi previsto, ou muito menos considerado.

4 O quarto iconoclasmo em Arlindo Machado

Machado remonta os movimentos iconoclastas para apontar uma falsa dicotomia no ocidente: a contraposição entre palavra e imagem (ou pensamento conceitual e decifração icônica). Esta dicotomia, segundo o autor, é compartilhada por alguns filósofos contemporâneos, no que se percebe pela crítica platônica dos simulacros.

Estes filósofos têm como base interpretativa uma leitura quase-religiosa (moralizante) das imagens. Idéias como: a produção de imagens tende a superar a escrita, ou a exagerada preocupação (na maioria das vezes, sob um ponto de vista negativo) de uma civilização puramente visual, fazem parte do repertório ou do pressuposto teórico destes filósofos.

A crítica do autor, entretanto, não se destina às premissas teóricas sobre as imagens (o qual se adota por um ato de fé), mas sobre as possibilidades de ir além das críticas. Em outras palavras: sabe-se que iconoclastos existem (dada a nossa dupla herança: a filosofia socrática e a moral judaico-cristã), mas como a ciência, a arte ou a filosofia podem aproveitar positivamente o território cognitivo aberto pela imagem para produzirem leituras novas, o que implicaria em rupturas e inovações.

É verdade que para iconoclastas como Lutero e Calvino, a preocupação com o culto às imagens não tinha uma relação direta com os sistemas de obtenção de uma verdade científica, mas, sobretudo, com uma verdade cristã afinada com uma moralidade do mercado. Neste caso, o caminho foi dado por uma superioridade representada pela “transcendência da palavra”:

Para o iconoclasta, a verdade está nos Escritos; Deus só pode ser representado por meio da Sua Palavra; Deus é Verbo – ‘No princípio era o Verbo e o Verbo estava com Deus e o Verbo era Deus’ (João, 1, 1) (MACHADO, 2001, p. 11 – 12)

Por outro lado, se as imagens desafiavam o domínio do conhecimento científico, era para expandi-las; fato que se fez notar pelos avanços em áreas da ciência: “de Kepler a Einstein, de Newton a Mandelbrott” (MACHADO, 2001, p.23), na

química orgânica de Friedrich Kekulé, na medicina de Étienne-Jules Marey, na botânica de Augustin Candolle, etc. Antes destes, pode-se citar também: os *Elementos de geometria* de Euclides, o *Almagest* de Ptolomeu, o *Herbarium* de Apuleius Barbarus, o *De materia medica* de Dioscorides, dentre outros (DAGOGNET *apud* MACHADO, 2001, p.24). A iconografia, conforme Dagognet (*apud* Machado), auxiliou também na compreensão da *Encyclopédie*, de Diderot e D'Alembert. No campo das descobertas científico-artístico, a imagem funcionou como modelo escritural para Leonardo Da Vinci em seus estudos da gênese das ondas e da fisiologia do corpo humano.

Mais recentemente, já no século XX, no campo pedagógico-crítico, cineastas como Sergei Eisentein e Dziga Vertov utilizaram em suas montagens artístico-intelectuais, experimentos do campo conceitual para as artes visuais.

Tudo isso aconteceu, (ou vem acontecendo) porque, segundo Machado (2001, p. 22), “A escrita não pode se opor às imagens porque nasceu dentro das próprias artes visuais, como um desenvolvimento intelectual da iconografia” Assim, pode-se dizer que a separação ou a dualidade entre estes dois domínios (palavra e imagem) tem a ver mais com as condições políticas, econômicas e institucionais, do que propriamente com a incompatibilidade de códigos².

Para Flusser (2002, p. 9), o aparecimento da escrita ocorreu por volta do segundo milênio A.C., quando surgiram pessoas empenhadas em “relembrar” a função originária da imagem (representar o mundo); estas “passaram a rasgá-las, a fim de abrir a visão para o mundo concreto escondido pelas imagens”. Nascia, assim, a escrita e, como consequência inevitável, o pensamento em linha (ou a história propriamente dita).

O método do rasgamento consistia em desfiar as superfícies das (sic) imagens em linhas e alinhar os elementos imagéticos [...] Tratava-se de transcodificar o tempo circular em linear, traduzir cenas em processos. Surgia assim a consciência histórica, consciência dirigida contra as imagens. Fato nitidamente observável entre os filósofos pré-socráticos e sobretudo entre os profetas judeus.

Embora Flusser nunca tenha se referido em seus escritos às iconoclastias ocidentais, ele definiu conceitos como “idolatria³” e “textolatria⁴”, os quais co-existem de forma integradas no cerne da prática iconoclasta.

A relação texto-imagem é fundamental para a compreensão da história do Ocidente. Na Idade Média, assume a forma de luta entre o cristianismo textual e o paganismo imagético; na Idade Moderna, luta entre ciência textual e ideologias imagéticas. A luta, porém, é dialética. [...] Embora textos expliquem imagens a fim de rasgá-las, imagens são capazes de ilustrar textos, a fim de remagizá-los. Graças a tal dialética, imaginação e conceitualização que mutuamente se negam, vão mutuamente se reforçando. (FLUSSER, 2002, p.10)

■
² Código aqui, no sentido semi-ótico, conforme a definição de Roman Jakobson: signo convencional que permite estruturar sistemas não dotados de estruturalidade. Neste caso, é o código que confere Linguagem a tais sistemas, segundo um mecanismo de modelização. (JAKOBSON, 1975)

■
³ Idolatria: incapacidade de decifrar os significados da idéia, não obstante a incapacidade de lê-las, portanto, adoração da imagem. (FLUSSER, 2002, p. 77-78)

■
⁴ Textolatria: incapacidade de decifrar conceitos nos signos de um texto, não obstante a capacidade de lê-los, portanto, adoração ao texto, (FLUSSER, 2002, p. 79)

A nosso ver, a dialética texto-imagem apresentada por Flusser pode ensejar um processo norteador para uma profunda ruptura no âmbito social e intelectual. Este prognóstico, pelo menos no plano da hipótese, pode estar se configurando no domínio das experiências coletivas, onde se observa uma forma de re-significação dos textos por meio das imagens, ou a re-significação da História pela interpretação.

A crise dos textos implica o naufrágio da História toda, que é estritamente processo de recodificação de imagens em conceitos. História é explicação progressiva de imagens, desmágicação, conceitualização. Lá onde os textos não mais significam imagens, nada resta a explicar, e a história pára. Em tal mundo, explicações passam a ser supérfluas: mundo absurdo, mundo da atualidade. Pois é precisamente em tal mundo que vão sendo inventadas as imagens técnicas. E em primeiro lugar, as fotografias, a fim de ultrapassar a crise dos textos. (FLUSSER, 2002, p. 11)

5 Efeitos perversos

O paradoxo da imagem, decorrente da coexistência de dois sistemas de pensamento – o linear (regido pela palavra) e o circular (regido pela imagem) –, produziu no ocidente aquilo que Durand (2001, p.31-34) chamou de “efeitos perversos”. Perversidade, segundo a própria concepção do autor, como efeito de um “iconoclasmo técnico-científico [...] cujo resultado triunfante será a pedagogia positivista”.

Vale lembrar que estes dois sistemas de pensamento não constituem em códigos incompatíveis, mas assim foram dispostos pelas instituições políticas da época, como condição para estruturar um determinado regime de poder. Neste caso, o “efeito perverso” de Durand refere-se não tanto às preocupações com a produção de imagens, mas aos déficits cognitivos decorrente do exclusivismo de um único método (de inspiração platônica) considerados como produtores do verdadeiro saber.

Como se viu, desde a Idade Média, a civilização ocidental se pautou pela predominância de uma consciência histórica. Embora esta consciência ainda seja persistente no ocidente, é importante frisar que outras abordagens, no caso da leitura imagem, vêm sendo feitas.

A circularidade do olhar, segundo Flusser, um olhar apropriado para uma leitura de imagem, remete-nos a uma abordagem interpretativa do texto-imagem. Seu conceito de “imagem-técnica” é bastante esclarecedor nesse sentido. A “imagem produzida por aparelho”, como define Flusser, sugere uma inutilidade do maniqueísmo das leituras, já que estas antecipam o olhar ou o desloca para uma representação basicamente icônica. Para uma leitura da imagem-técnica inexistem juízos de valor, uma vez que ela é por natureza discursiva (o discurso do homem expresso no discurso do aparelho). De antemão, parte-se da idéia de que imagens do mundo, não equivalem a coisas do mundo.

Isso significa que as questões que enfatizam a falsidade das imagens; ou aquilo que se tornou recorrente nas leituras publicitárias, uma espécie de demonização da criatividade – a relação entre “o ser da imagem” e o “parecer da imagem” –, tendem para explicações puramente técnicas ou moralizantes. Com efeito, deixam de propor questões pungentes da mídia como, por exemplo, a narrativa das experiências visuais regidas pelo simbólico, a produção de sentido das imagens, as apropriações e usos do simbólico da imagem, etc.

A insistência nas questões acerca do estatuto verdadeiro ou falso da imagem faz retroceder as leituras da imagem ao paradigma reflexivo da modernidade. Quando se propõem a pensar os problemas da fotografia, por exemplo, é comum a hegemonia de seus aspectos informativos e icônicos (no caso do foto-jornalismo). Quando isso não acontece, outras abordagens, positivistas ou historicistas, costumam comparecer, definindo a leitura de imagens ora em termos de quantidade numa página impressa ou simplesmente pelo viés documental.

É nesse sentido a crítica de Machado. Para ele, na medida em que as teorias sobre a fotografia se definem por aquilo que se tornou emblemático, o “clique fotográfico” (decorrente do famoso “momento preciso” de Cartier-Bresson, do qual se depreende uma espécie de aura do instantâneo), outras dimensões da imagem são suprimidas: o discurso do fotógrafo e do aparelho, bem como o posterior processamento da imagem (sua circulação, recepção, consumo, etc). O “clique”, neste caso, nada mais representa do que o domínio da imagem pelo Homem, o ponto de vista que determina (ou domina) seu objeto.

Tudo o mais, antes e depois do “clique”, é considerado afetação pictórica (icônica) ou manipulação intelectual (simbólica), fugindo, portanto, da “especificidade” da fotografia. A insistência por parte de muitas teorias e práticas ainda em voga numa suposta natureza indicial da fotografia produziu a restrição das possibilidades criativas do meio, sua redução a um destino meramente documental e, portanto, seu empobrecimento como sistema significante, uma vez que grande parte do processo fotográfico foi eclipsado pela hipertrofia do “momento decisivo” (MACHADO, 2001, p. 133.)

A imagem, enquanto objeto de teorizações ou fonte das preocupações contemporâneas da sociedade perpassada pelos meios de comunicação visual, é aqui entendida como questão técnica (neste caso, discurso e prática) tanto quanto processo histórico ocidental.

Imagens sempre existiram na vida dos Homens; seria ingenuidade supor que somente agora elas se tornaram objeto de teorizações: a própria psicologia, e antes dela as filosofias do espírito, já falavam da produção, circulação e projeções de imagens mentais. Entretanto, o que atualiza o problema da imagem como questão contemporânea é a defasagem entre um fenômeno tecnológico

produtor de um outro tipo de consciência (não mais histórica ou linear) e os dispositivos cognitivos capazes de apreendê-los.

Ressalta-se aqui, que essa defasagem vem sendo suprida no campo, em virtude da incorporação de múltiplas narrativas capazes de compreender os fenômenos midiáticos produtores de realidade, segundo sua natureza histórico-discursiva. Isso se deu, não apenas pelo movimento científico, de incorporação de outras leituras sobre os fenômenos, mas principalmente pela dinâmica externa, social, ditada dentre outras coisas, pelos regimes do mercado.

Não seria outro o agente que vem atualmente redefinindo os modos de sociabilidade. Desde a implantação de um parque tecnológico altamente lucrativo em termos de investimento publicitário e entretenimento (jogos eletrônicos, realidade virtual, portais e *sites* com conteúdos exclusivos, *weblogs*, etc.), as grandes empresas multimídias vem definindo a própria concepção de informação pública – no caso do jornalismo –, entendida como mercadoria percível, o que significa de consumo rápido e restrito a poucos.

6 O mercado e a produção de realidade

A prática do consumo - ou consumo como prática de vida – constitui uma chave de leitura importante para compreender alguns aspectos da sociabilidade e da ação política contemporânea.

Postula-se que algumas transformações na configuração da sociedade decorrentes da ação do sujeito (formação de grupos, micro-políticas, laços sociais oportunos) estejam diretamente relacionadas à extensão de uma consciência do consumo na vida social, fato que se faz notar, por exemplo, no individualismo, na comunitarização, na esteticização da vida e das coisas em geral. Estes fenômenos podem ter no consumo um princípio norteador, algo que abrange, inclusive, a percepção dos objetos circundantes.

A base para teorização desse quadro social tem como referência o desenvolvimento da sociedade capitalista e a hegemonia do mercado, este último entendido como agente fundador de uma lógica de relações calcadas no consumo.

Para Baudrillard, o consumo constitui-se como a ingestão de uma relação *signica*, na qual um objeto absoluto é suspenso e colocando numa posição relativa. Nesse sentido, consumo é entendido não como simples aquisição de um objeto (por e em si mesmo); mas a aquisição deste objeto, acrescido de um valor relativo (simbólico, afetivo, ético, estético ou político) suscitado pela indústria publicitária. O que é “consumido”, portanto, não

é o objeto, mas a relação, o vácuo entre objeto absoluto e relativo, o qual cria uma não diferenciação (ou não dissociação) entre ambos. (BAUDRILLARD, 1973, p. 205-211).

Segundo esta concepção, uma sociabilidade fundada no consumo implica um tipo de relação social em que o diálogo ou a troca com o Outro se estabelece por imagens ou representações. Isso, entretanto, não é novidade alguma, haja vista as representações ou papéis sociais desempenhados nos espaços públicos tradicionais que há tempos se conhece. O que inaugura uma nova forma de sociabilidade, todavia, é a dependência destas formas de representação com a indústria e o mercado de artefatos técnicos de comunicação. Aqui, não se trata simplesmente de consumir uma representação, de consumir um Outro representado, – seja este mera ilusão ou imagem artificialmente construída – trata-se de legitimar um espaço social, cujo monopólio das relações está a cargo de entidades privadas, detentoras de um espaço de representação que não apenas é atribuído um *status* de realidade, mas que ocupa uma parte significativa da vida das pessoas.

A socialização fundada no consumo constitui a forma social adequada para os novos regimes de visibilidade social. Depreende-se daí, alguns apontamentos acerca da pertinência da imagem midiática como peça fundamental da sociedade contemporânea, na qual emerge uma forma diferenciada de ação política, dada no plano da imagem.

Esse regime de visibilidade, que conjuga mercado e meios técnicos de comunicação, torna-se viável numa sociedade cujas relações sociais se dão na base da transitoriedade, do aspecto breve e efêmero do contato, dos valores flexíveis e passageiros; uma sociabilidade vicária que tem no consumo das imagens não apenas uma nova territorialidade de pertencimento do sujeito, mas, acima de tudo, a única possibilidade de contato, conhecimento ou esclarecimento dos fatos políticos e ações sociais perpetradas num real-histórico.

Num ambiente regido basicamente por discursos, seja na forma de entretenimento ou encenações (espetáculo – como preferem alguns), a imagem ganha notoriedade por já se constituir em si mesma como parte excedente do objeto ou referente: imagem, enquanto representação, segundo Baudrillard, já é em sua natureza consumo. É justamente esta a dimensão política da imagem.

No interior da discussão sobre a prática política em nossos dias, é cada vez maior o consenso a respeito do fato de parte considerável da disputa política ter sido convertida em luta pela imposição da imagem pública dos atores políticos, bem como em competição pela produção da percepção pública dos interesses e das pretensões que se apresentam na cena política. Há mesmo quem sustente que a importância crescente das atividades políticas associadas à criação e à circulação de imagens constitua, ao lado do poder definidor

da comunicação de massa, a novidade mais interessante da arena política contemporânea. (GOMES, 2004, p. 239.)

Das inúmeras transformações políticas ocorridas nos últimos tempos, Gomes aponta para o fato da imagem se constituir não apenas mero instrumento ou veículo de ação política, mas ambiente fundamental em que se desenrola a política contemporânea. A importância da imagem, neste sentido, assegura não apenas uma decisão nas urnas, como também a permanência de um determinado político no cargo para o qual foi eleito. “Esta convicção nasce no mundo político e no jornalismo político, entre os protagonistas de ambas as atividades”. (WEBER *apud* GOMES, 2004, p.239)

A profissionalização da política, trabalho que envolve a preparação de atores e uma grande equipe de publicitários, economistas, operadores e técnicos de audiovisual, etc., aponta para a atual preocupação com a representação da imagem na política. Esta preocupação afeta o próprio jornalismo político, outrora, agente combativo e defensor das causas políticas e partidárias – até certo ponto “pública” ou comunitária, já que representavam os interesses de uma oligarquia e de pequenos grupos políticos locais –, e agora, agente social posto quase que exclusivamente na ordem do capital transnacional. Esta ordem, por sinal, tende a ser a única doutrina partidária do jornal, que passa então a representar, nesta fase do capital, a si mesma, como empresa capitalista.

Este aspecto do jornalismo político, entretanto, se reflete no próprio jornalismo em geral. Atualmente as grandes empresas jornalísticas brasileiras vêm redefinindo sua atuação como empresas multimídias, regida pelas oscilações do mercado internacional de informação e entretenimento. O lucro, como sempre, é a sua meta; daí os acordos firmados com os grandes grupos empresariais financiadoras de campanhas políticas, as quais necessitam dos veículos noticiosos, inclusive filiais, como propulsoras de uma imagem pública.

Atualmente, é o jornalismo político que dá visibilidade às imagens públicas, seja retratando publicamente o político de forma a macular o trabalho de produção da imagem (etapa dos cálculos, sondagens, maquiagem do agente político); seja para reforçar de modo positivo, maximizando o potencial da imagem, participando como agente a mais da equipe de construção da imagem pública.

Paralelamente a isso, há que se destacar ainda os altos investimentos no setor gráfico ou digital das empresas de comunicação. Como se sabe, a convergência destas empresas vem se firmando também nos setores da telefonia, eletrônica e informática. Neste contexto é evidente que a informação pública constitua mercadoria, o que não é tão evidente assim, é o fato delas produzirem

realidades por meio de suas imagens-técnicas.

[...] a realidade social dos indivíduos no mundo contemporâneo é construída por fatos noticiosos, ou seja, de acontecimentos jornalisticamente interpretados [...] A notícia converte-se, assim, numa tecnologia, não simplesmente cognitiva, mas produtora de real – é história que cria história. (SODRÉ, 1996, p.133)

A idéia de manipulação da imagem, neste caso, seja na política ou em qualquer outra editoria, tende a se tornar questão efêmera em razão das estratégias ou recursos que a imagem dispõe em termos de ação discursiva, ação essa capaz de abrir territórios hermenêuticos que buscam consenso nas esferas políticas e sociais.

Na falta de territórios físicos para serem colonizados, o mercado cria literalmente tais espaços, mesmo que virtuais. O que chama atenção, entretanto, é o fato de que o investimento no setor de tecnologia da imagem possa confluir na mercantilização da bios midiática, tornando a informação pública – construtora de premissas sociais políticas e culturais básicas – totalmente a serviço do mercado. No bojo deste processo pode-se perguntar: como ler essa nova realidade fundada totalmente no discurso?

A nosso ver, como condição *sine-qua-non*, uma leitura crítica. Mais ainda: uma descrição interpretativa das formas de ambiência dos espaços regidos pelos sensorialismo visual. Como base interpretativa, elencamos as formas simbólicas presentes na imagem. Enquanto signo já prefixado em experiências anteriores da sociedade, portanto, como entidade sígnica relativamente fixa (convencional), o símbolo agrega aquilo que há de essencial numa cultura: suas referências rituais e suas particularidades cultivadas.

Certa vez, ao se referir às ações políticas perpetradas no plano midiático, Harry Pross sublinhou: “Até que ponto a política é algo ‘puramente’ simbólico?” Não deixa grande razão. Pross observara que “a difusão massiva de símbolos visuais pela televisão é considerada há muito uma questão política. O que não está tão claro é a temática que se entende com essa expressão” (PROSS *apud* BAITELLO JR, 2003).

A temática da qual Pross se refere é a repetição, técnica societal que preside a forma jornalística de reprodução racional da realidade – a exemplo do “Lead” (SODRÉ, 1996, p.145) – mas que, sobretudo, conforma um poder ritualizador, uma espécie de dispositivo de controle social estratégico em consonância com as diretrizes de uma política conservadora e com as práticas de mercado.

Este artifício, velho conhecido da retórica clássica, consiste na redundância estratégica de formas discursivas. Seu material mais precioso é o símbolo, os quais agregados na forma da imagem pontuam - como demonstram os estudos semiológicos de

Roland Barthes, em *Retórica da imagem* (1964), e Jacques Durrant, em *Retórica e Imagem publicitária* (1974) – certos efeitos persuasivos.

A análise da imagem enquanto representação de uma relação sócio-cultural, constitui a análise dos consensos ou acordos sociais firmados no âmbito da cultura. Nesse caso, o sentido manifesto por uma mera convencionalidade social pode trazer, num plano mais profundo, uma expressão latente, cosmológica ou intrapsíquica. Em outras palavras, podem expressar estados de espírito desconhecidos, a exemplo do medo da morte ou o além da morte. Como assegura Baitello Júnior: “Símbolo são grandes síntese sociais, resultantes da elaboração de grandes complexos de imagens e vivências de todos os tipos, Por isso as imagens evocam os símbolos e ao evocá-los, os ritualizam e os atualizam”. (BAITELLO JR, 2005, p.17.)

Neste caso, seria mais adequado falar de interpretação de símbolo do que propriamente interpretação da imagem. Em comunicação, a influência da imagem enquanto instância mediadora das relações sociais e culturais cria um amplo leque de questões pelo simples fato da imagem constituir-se, a um só tempo, como símbolo em si e aparato de símbolos. Pretende-se com este posicionamento contemplar as duas instâncias da imagem, como suporte e como símbolo em si.

É certo que a imagem no plano midiático constitui-se visivelmente como discurso, o qual se pode apreender sentidos diversos (intencionalidades, ideologias, construção de realidades sensíveis, etc.). Mas há de se destacar que ela também se articula numa dimensão histórica, psíquica, podendo ser concebida, inclusive, como sina evolutiva da espécie (predisposição genética, biológica), expressa pela capacidade humana de representar, figurar, abstrair, simbolizar. Essas dimensões da imagem, a Comunicação não pode prescindir.

Em todo caso, o interesse pelo estudo da imagem, em seu aspecto simbólico, vem sendo retomado como forma de contornar uma crise de representação que se abate nas ciências em geral. No caso específico da Comunicação, a busca de um duplo sentido, o manifesto e o latente, da imagem, representa um deslocamento (ou superação) de um sistema cognitivo unidirecional, automático e absolutamente explicativo, para uma forma compreensiva e interpretativa. De acordo com Jean-Louis Schefer,

A esse respeito não é indiferente nem inconseqüente para uma abertura da reflexão semiótica sobre a imagem que o problema do inconsciente tenha aparecido e sido formulado em uma sociedade em que o texto é regido pelo problema do fonetismo e que, por conseguinte, o destaque do resto econômico da produção devia permitir reestruturar sua economia, introduzir simultaneamente a teoria do inconsciente e a da mais-valia e a distinção entre o real teórico e o real concreto. O problema do recalque e o da imagem

(como exterioridade e complemento de um escritura pensada sobre as categorias do consciente) bem pertencem ao mesmo espaço econômico e semântico. É certo a esse respeito que o problema da imagem não se coloca como problema de leitura nas sociedades caracterizadas pelo “modo de produção asiático”. (SCHEFFER, 1974, p. 127)

7 Apontamentos

A comunicação, ou mais especificamente os estudos da mídia visual, não podem se colocar fora deste processo, já que é exatamente o investimento do mercado no ramo da telecomunicação que possibilitou a criação de ambientes tecno-interativos, um aperfeiçoamento das técnicas de produção e reprodução de imagens, permitindo formas diferenciadas de leitura do mundo. Neste contexto, a própria socialização, que tradicionalmente constituía um processo de negociação simbólica para formação de sujeitos sociais, se modifica.

A incorporação da mídia no processo de síntese social é o que a legitima, pelas atuais problemáticas colocadas, como objeto de teorização contemporânea.

Imagem-técnica não é algo exclusivo do século XX, pois existem – pelo menos no âmbito virtual enquanto potência – desde os experimentos renascentistas com as câmeras obscuras. O que é novidade, entretanto, é a imagem acoplada a um dispositivo técnico (câmera, papel foto-sensível, transmissão via rede, etc.) e socialmente produzida pelo mercado capitalista numa tal extensão que tende a criar uma “ambiência existencial”. Nesta “bios midiática” (SODRÉ, 2002), percebe-se um código e uma vida própria da imagem⁵; daí a necessidade de uma leitura diferenciada, pois é exatamente isso que atualiza um objeto: o eterno retorno da imagem.

⁵ Refere-se aqui à idéia de “Iconofagia” proposta por Norval Baitello Júnior (2005, p. 17), para quem as imagens devoram as imagens, ou melhor: “as imagens desgastadas são devoradas por novas imagens que as reciclam”.

The image beyond good and evil: prelude of a hermeneutic reading

ABSTRACT

This text is about the need for an interpretative look over the technique image, object that, contemporaneously, has attracted attention of media studies and communication. It is postulated here that the lack of analysis infers judgments of value to the images (if they are good or evil). In contrast, it points up the importance of human experiences in the universe of technical images. In this sense, we propose thinking: a) what conditions (external to the images) legitimize their theorization; b) how they are articulated and produce reality, and c) what changes have occurred in society because of the growing production of technical-images.

KEYWORDS: Image. Hermeneutics. Iconoclasm. Mediatic Bios.

La imagen más allá del bien y del mal: preludio de una lectura hermenéutica

RESUMEN

El texto subraya la necesidad de una mirada interpretativa sobre la imagen técnica, objeto que, contemporáneamente, ha atraído la atención de los estudios de los medios de comunicación y la comunicación. Se postula acá la precariedad de los análisis que hacen juicios de valor a las imágenes (si son buenas o malas). En contraste, se señala la importancia de las experiencias humanas en el universo de las imágenes técnicas. En este sentido, proponemos pensar: a) ¿Qué condiciones (externas a las imágenes) legitiman su teorización?; b) ¿Cómo las imágenes se articulan y producen realidad?, y c) ¿Qué transformaciones han ocurrido en la sociedad debido a la gran producción de imágenes-técnicas.

PALABRAS CLAVE: Imagen. Hermenéutica. Iconoclasmo. Bios Mediática

Referências

BAITELLO JÚNIOR, Norval. **A Era da iconofagia**: ensaios de comunicação e cultura. São Paulo: Hacker, 2005.

_____. Mídia como droga: laudatio a Harry Pross, em seu aniversário de 80 anos. **Revista Ghrebh**, 2003. Disponível em: < <http://www.revista.cisc.org.br/ghrebh4/> > Acesso em 08 ago. 2007.

BARTHES, Roland. *Réthorique de l'image*. **Communications**, Paris, n. 4, p. 40-51, 1964.

BAUDRILLARD, Jean. **O Sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

DURAND, Gilbert. **O Imaginário**: ensaios acerca das ciências e da filosofia da imagem. 2. ed. Rio de Janeiro: Difel, 2001.

DURAND, Jacques. **Retórica e imagem publicitária**. In: METZ, Christian (Org.) **A análise das imagens**. Petrópolis: Vozes, 1974. P. 19-55.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FOUCAULT, Michel. 1969 – Sobre a arqueologia das ciências: resposta ao Círculo de Epistemologia. In: _____. **Arqueologia das ciências e história dos sistemas de pensamento**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. P. 82-118.

_____. **Arqueologia do saber**. 11. ed. São Paulo: Forense Universitária, 2004.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. 8.ed. São Paulo : Cultrix, 1975.

MACHADO, Arlindo. **O Quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges**. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001.

SCHEFER, Jean-Louis. A Imagem e o sentido investido. In: METZ, Christian (Org.) **A Análise das imagens**. Petrópolis: Vozes, 1974. P.82-121.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. A forma da notícia. In: _____. **Reinventando a cultura**: a comunicação e seus produtos. Petrópolis: Vozes, 1996, p. 131 – 151.

Eduardo Yuji Yamamoto

*Jornalista e mestre em Comunicação Midiática /
UNESP-Bauru.*

*Pesquisador do grupo Mídia e Sociedade /CNPq.
Docente da Fundação Educacional do Município
de Assis /FEMA.*

E-mail: yudieduardo@bol.com.br

yudieduardo@femanet.com.br

Recebido: 26/03/2008

Aceito: 05/01/2009