

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS- GRADUAÇÃO EM  
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO  
NÍVEL MESTRADO  
André Dornelles Pares



Através da imagem:

Tarkovski, da vinci, e a comunicação imagética no âmbito da midiatização

São Leopoldo

2009

André Dornelles Pares

ATRAVÉS DA IMAGEM:

Tarkovski, da Vinci, e a comunicação imagética no âmbito da midiatização

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação pelo Programa de Pós- Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio do Sinos – Unisinos.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Rocha da Silva

São Leopoldo

2009

À curiosidade de quem julgar que valha,  
ao ímpeto de quem puder ser não apenas expectador;  
à paciência de quem a tiver.

A minha avó artista Maria, e a sua memória.  
A minha avó criadora Leonor, e a sua presença.



'A condição humana', 1935, René Magritte

*"Quem deseja passar bem por portas abertas deve prestar atenção ao fato de elas terem molduras firmes: esse princípio [...] é simplesmente uma exigência do senso de realidade. Mas se existe senso de realidade, e ninguém duvida que ele tenha justificada existência, tem de haver algo também que se possa chamar senso de possibilidade. Quem o possui não diz, por exemplo: "aqui aconteceu, vai acontecer, tem de acontecer isto ou aquilo"; mas inventa: "aqui poderia, deveria, ou teria de acontecer isto ou aquilo"; e se lhe explicarmos que uma coisa é como é, ele pensa: "bem, provavelmente também poderia ser de outro modo".*

R. Musil, 'O Homem sem qualidades'

## RESUMO

*Através da imagem: Tarkovski, da Vinci, e a comunicação imagética no âmbito da mediação* procura encontrar modos e/ou razões para um suposto predomínio da imagem como meio utilizado para comunicação na sociedade contemporânea. Na primeira parte, a pesquisa pretende estabelecer bases para a comunicação como campo de estudo, sobre as quais a segunda parte é trabalhada, tratando das possibilidades da imagem na função de um meio através do qual se reproduz aquilo que quer referir. A cena do filme 'O sacrifício', em que A. Tarkovski filma um pedaço da pintura 'A Adoração dos magos', de L. da Vinci, serve de mote para a discussão das impossibilidades do uso da imagem neste papel, para concluir que a expressão imagética com efeito de real garantiria mais a posição enunciativa de quem representa algo através da imagem especular do que “autenticaria” aquilo que mostra.

Palavras-chave: comunicação. imagem. tecnologia. mediação. autenticação.

**ABSTRACT**

*Throughout the image: Tarkovski, da Vinci, and the imagetic communication in the mediatization scope* seeks to find forms or reasons to a supposed supremacy of the image as a mean used to communicate in the modern society. In the first part the research intends to establish basis for the communication as a scientific scope, upon which the second part is developed considering the possibilities of the image functioning as a mean throughout which it reproduces that what wants to refer. The scene of the movie *The Sacrifice* in which A. Tarkovski shoots a piece of the painting *Adoration of the magi*, by L. da Vinci attends as an object to discuss the use of the image in this role, to conclude that image with the effect of real would insure more the enunciation position of who expresses something throughout the transparent image than “authenticate” what it shows – image use that would be a form or reason of its alleged predominance.

Keywords: communication. image. technology. mediatization. authentication.



## LISTA DE IMAGENS

IMAGEM 1: ‘A Adoração dos magos’ .....	122
IMAGEM 2: Fotograma.....	123

## SUMÁRIO

<b>1 PREFÁCIO.....</b>	<b>12</b>
<b>2 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>16</b>
<b>3 PARTE I – COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>33</b>
3.1 CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES SOBRE O CAMPO DE ESTUDOS DA COMUNICAÇÃO.....	33
<b>3.1.1 Generalidade e subentendimento.....</b>	<b>36</b>
<b>3.1.2 Excertos da busca.....</b>	<b>39</b>
<b>3.1.3 Tentativa de base: processo e extremidades (percepção e expressão).....</b>	<b>46</b>
3.1.3.1 Processo (social).....	47
3.1.3.2 Extremidades: percepção e expressão.....	48
3.1.3.2.1 Percepção.....	49
3.1.3.2.2 Expressão.....	52
3.2 MUDIATIZAÇÃO.....	55
<b>3.2.1 Meio e mediação (eletro-tecnológica).....</b>	<b>56</b>
<b>3.2.2 Autonomização dos campos sociais, e do campo da mídia.....</b>	<b>59</b>
3.2.2.1 Campo ‘dos media’: (autonomização), legitimidade e sobreposição de funções....	66
<b>3.2.3 Co-construção (midiática) da realidade; modo, linguagem, paradigma informacional.....</b>	<b>70</b>
<b>3.2.4 Efeito de real, validade, confiança, acesso.....</b>	<b>74</b>
<b>4 PARTE II – IMAGEM.....</b>	<b>83</b>
4.1 CONSIDERAÇÕES SOBRE O MÉTODO PARA O SUPOSTO ENCAIXE DA COMUNICAÇÃO ATRAVÉS DA IMAGEM NO ÂMBITO DA MUDIATIZAÇÃO.....	83
<b>4.1.1 Percepção: da visão à imagem.....</b>	<b>87</b>
<b>4.1.2 Expressão: avanço da tecnologia e mudança de campo (e de função) da representação (mimética) da realidade.....</b>	<b>92</b>
<b>4.1.3 Pictórico x técnico: (crença e mediação).....</b>	<b>99</b>
<b>4.1.4 Informação, efeito de real e confiança: midiática através da imagem.....</b>	<b>106</b>

4.1.4.1	Midiatização através da imagem e construção da realidade (e início da evidente desconfiança).....	110
4.1.4.1.1	Início da evidente desconfiança.....	119
4.2	TARKOVSKI E DA VINCI: E A DENÚNCIA.....	124
<b>4.2.1</b>	<b>Impossibilidade de representação fidedigna (expressão é mais que – ou nunca é uma – reprodução).....</b>	<b>130</b>
<b>4.2.2</b>	<b>A denúncia é um elogio.....</b>	<b>140</b>
4.2.2.1	Glosa a ‘O Sacrifício’: acusação à fantasmagoria.....	148
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>153</b>
<b>6</b>	<b>POSFÁCIO.....</b>	<b>166</b>
<b>7</b>	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>167</b>
<b>8</b>	<b>CRÉDITOS.....</b>	<b>173</b>

## 1 PREFÁCIO

*“Para o receptor, a mensagem apresenta grande número de ambigüidades, onde não havia qualquer equívoco para o emissor”.*

R. Jakobson, ‘Lingüística e comunicação’, 1999.

*“O maior problema com a comunicação é a ilusão de que ela foi alcançada”.*

Bernard Shaw, Google

Ao se encerrar um período de pesquisa dentro do campo acadêmico da comunicação, algumas considerações são possíveis de arriscar. Para tentar de saída minimizar as denúncias de Jakobson e Shaw colocadas acima, ou mesmo chamar a atenção para a sua intransponibilidade, o que poderiam ser algumas conclusões deste trabalho se tornam prefácio ao resultado da produção ora oferecida. Sem a expectativa de ‘alcançar a comunicação’, numa idéia de totalidade em princípio impossível neste tipo de relação, a esperança é que as advertências de abertura ajudassem, de passagem, a reduzir a distância entre o emissor das páginas seguintes e o receptor que as torne sua leitura.

A primeira destas considerações é geral, e diz respeito ao trato com o campo de estudos no qual se entra. Sobre esta circunstância, se poderia mencionar que um trabalho de pesquisa científica na área de comunicação entendida como uma ciência teria, no mínimo, dois entraves, vislumbrados no início e descobertos principalmente quando se chega ao final de uma etapa dele, como esta. O primeiro seria enxergar, e depois adentrar, *cientificamente*, naquilo que se está chamando de ‘comunicação’. O segundo, em decorrência, agir de maneira propriamente científica lá dentro, ou dar às ações ali tomadas tal caráter.

Para ambos os problemas, dir-se-ia antecipadamente, talvez, que o empenho de procedimentos científicos na investigação fosse a solução mais viável. Mas haveria, e aí o motivo de uma justificativa travestida de prefácio, que se deparar com a transmutação que parece sofrer a comunicação quando convertida em alvo deste enquadramento: sua transformação numa enguia. A multiplicidade de direções, assim, ao qual o objeto em que a comunicação é tornada para uma análise criteriosa joga luz, quando se pensa que é circunscrevendo-a para uma inspeção detalhada que se poderá esquadrinhá-la, ofusca uma das principais decisões a se tomar: que ferramentas trazer para o exame.

Num incessante movimento típico daquilo que é permanente processo, a comunicação só se deixaria observar enquanto um. O caso é que se trata de um processo atravessado por

outros, e estes por outros, e assim sucessivamente sem previsão de que a rede que se forma nos entrelaçamentos cesse, já que parece ser algo como a infinita inter-relação de episódios, fenômenos, objetos, indivíduos e tudo o que tomar parte nos processos e em suas conexões o que constituiria, junto e ao mesmo tempo, aquilo no que se compõe a comunicação. Aparentemente numa condição que validaria a máxima do tipo ‘se me pedem para fazer uma comunicação’ – por exemplo –: ‘sei fazer’, mas se me perguntam ‘o que é a comunicação?’, ‘não sei responder’; o que sobra a quem se propõe a investigá-la metodicamente seriam, ao menos, duas atividades inevitáveis. Pois se, cientificamente, o exercício *com* a comunicação não é uma sua prática, mas uma atividade *sobre* ela, que aponta, ainda que não teleologicamente, à procura de uma resposta para a segunda pergunta da máxima, o investigador teria que, em primeiro lugar, e isto é essencial, parar e respirar diante de um objeto-processo (a própria comunicação) dentro do qual o seu objeto-específico, que conseqüentemente também é um processo, estará. E em segundo, tratar do mais complicado: escolher de que ângulo enxergá-los – tanto a comunicação quanto a especificidade dentro dela – e, a reboque, os instrumentos mais propícios para esta visão.

A segunda consideração-advertência, assim, a ser feita nesta abertura, é propriamente a apresentação do assunto do trabalho – como colocado aqui, possivelmente um aviso sobre afinal qual o objeto específico dentro do tal ‘objeto-processo’. Desde o primeiro projeto para esta pesquisa, o proposto a ser investigado, assim bem amplamente, ainda que dentro do campo da comunicação, foi a *imagem*. Caso o título de um texto tente resumir, ou prometer, seu conteúdo, ou chamar a atenção ao que de mais importante ele, texto, faz, ou tenta fazer, os nomes que esta investigação recebeu em momentos importantes narraria melhor o caminho pelo qual passou. O primeiro dizia: “A questão da imagem – limites, possibilidades e potencialidades da representação (a partir da obra de arte representada no cinema de Andrei Tarkovski)”; o segundo: “Através da imagem – o processo comunicacional no encontro das imagens de Tarkovski e da Vinci”; o terceiro: “Através da imagem: A comunicação imagética no âmbito da mediatização, a partir do (e a chegar no) encontro de Tarkovski e da Vinci”, que perdeu na última discussão para o atual, entendido foi que a análise da obra de da Vinci filmada por Tarkovski em um de seus filmes se configurava como um aposto ao conteúdo apresentado pelo trabalho.

Seja o que a história do título significar, o fato é que seria difícil conseguir resumir o assunto do texto numa frase sintética, a nomeá-lo. Se não fosse essa a exigência para uma denominação de capa, a alternativa mais procedente talvez fosse: “Através da imagem: uma proposta de discussão sobre o suposto poder *do uso* da comunicação imagética no âmbito da

mediatização, a partir de um ‘recado’ de Tarkovski quando filma uma pintura de da Vinci; encontro de imagens tomado como denúncia e álibi para discorrer sobre esta suposição, que, como hipótese, é levada a cabo”. Ou seja, tentando deixar claro que não seria a imagem, assim simplesmente abrangentemente, a se investigar, mas uma sua presumida prevalência, enquanto usada como meio de comunicação, na sociedade contemporânea.

O que abriria espaço para a terceira consideração de abertura, que seria dizer, então, por isso, o que este trabalho *não* teria se proposto a fazer – ainda que durante bastante tempo ficasse subjacente uma promessa tácita de que pudesse realizar. Ao querer entender fundamentalmente o modo, e as possíveis razões, para a imagem, quando a representar, por meio de uma reprodução, algo ausente, no papel de um meio através do qual se estabelece uma relação especificamente de comunicação, se instalar supostamente majoritariamente, sob determinado aspecto, nesta função, na atual organização social humana, o objetivo se manteve distante de três caminhos. Um, o de buscar exatamente definições para o que se esteve entendendo como imagem, desde que se partiria de uma idéia julgada, de antemão, suficiente, talvez perigosamente, para os propósitos que a pesquisa carregava: uma superfície bidimensional que representaria ‘objetivamente’ aquilo que refere, servindo como artefato de mediação a alguém que teria a intenção de expressar algo a outrem quando este referente originário não estivesse presentemente acessível. Conceito *ad hoc* que fez o texto não se aproximar também de outro caminho; o de enveredar por teorias que se debruçassem, e desenvolvessem sistemas, sobre possibilidades da imagem ‘comunicar’, ainda que a decisão de prescindir-las possa causar alguma falta aos objetivos do trabalho. Atitude que, conseqüentemente, manteve a pesquisa afastada de uma terceira via; a de se ocupar detidamente de modelos teóricos que engendram especificadamente explicações para relações entre expressões e seus conteúdos, mesmo que, como averiguado no decorrer da investigação, pudessem dar pistas para quem sabe melhor se fazer as curvas do caminho escolhido.

De toda a forma, portanto, no momento em que a preocupação não cai exatamente em saber o que a imagem é, além de basicamente algo (enquanto produzida originariamente para representar alguma coisa) que se oferece a nenhum outro sentido de percepção sensorial que não a visão, avultar-se-ia o objetivo de compreender modo e razão possíveis para o que se considera, impressionística e banalmente, uma sua predominância no exercício de meio para comunicação dentro de um sistema de vida da atualidade. Assim, se permanecesse necessário saber ‘o que a imagem é’ (ou o que poderia ser, ou no que se constitui, sob determinado aspecto), se poderia arriscar dizer que ela acaba sendo o que se desenrola na busca deste entendimento da sua advogada superioridade como meio de comunicação social midiático

contemporâneo. Definição que certamente correria em paralelo a inúmeras outras coisas que, sob outros pontos de vista, ela absolutamente também possa ter.

De modo que a quarta advertência, finalmente, poderia considerar que, ao se partir de uma impressão trivial como motor de arranque do trabalho, tal uma ‘era da imagem’, tantas vezes já invocada e rechaçada, tornar-se-ia bem possível, provável e irremediável que uma série de obviedades acabasse sendo invocada, tanto para justificar a finalidade da pesquisa como para explicá-la. Todavia, se em aulas de física do segundo grau é aprendido que o óbvio só é óbvio depois que dito, e nas de filosofia do terceiro, que depois de dito, elucidá-lo passa a extinguir a clarividência imediata; a fatalidade da ingenuidade que emerge no texto a seguir seria um indício, tão ingênuo quanto, de que, para entender, é preciso fazer com as próprias mãos o que já é notório para os demais. O que não se sabe é se uma dissertação acadêmica é o melhor lugar para se expor isso.

Quarta, quinta e sexta advertências em forma de prefácio poderiam seguir aparecendo, até que o trabalho todo fosse desculpado antes de ser lido. Mesmo que depois de feito uma das primeiras sensações seja a de que poderia ser diferente, o que se produz talvez tenha seu maior valor efetivamente na produção. Neste caso, o que se deseja, além do princípio de caridade necessário na, primeira, ao menos, apreciação de tudo que se torna público, é que a leitura cause menos fastio quanto o texto permitir. Extenuantes, bastariam a comunicação e as imagens do nosso tempo.

Sinta-se à vontade.

## 2 INTRODUÇÃO

*“As imagens mudam muito rápido. E se multiplicam num ritmo infernal, desde a explosão que desencadeou as imagens eletrônicas – as mesmas imagens que agora estão substituindo a fotografia. Aprendemos a confiar na imagem fotográfica. Podemos confiar na eletrônica? No tempo da pintura, tudo era simples. O original era único e toda cópia era uma cópia, uma falsificação. Com a fotografia e o cinema, a coisa começou a se complicar. O original era um negativo. Sem uma amplificação, só existia o oposto. Cada cópia era o original. Mas agora, com a imagem eletrônica, e em breve a digital,*

*não existe mais negativo nem positivo.  
A própria idéia de original ficou obsoleta.  
Tudo é cópia”.*

Wim Wenders, ‘Caderno de notas sobre roupas e cidades’, 1989.

Na eleição presidencial dos Estados Unidos, em 2008, a rede de televisão CNN utilizou (se pela primeira vez ao vivo ou não, não vem exatamente ao caso) um holograma para a cobertura do evento. Em torno de vinte câmeras e uma série de computadores, é a notícia, foram necessárias para que a imagem de uma repórter aparecesse com volume em três dimensões dentro do estúdio. Especularmente, seu fantasma estava lá, representando-a. Em janeiro de 2009, uma nota no jornal Correio do Povo dava conta de que pela primeira vez no Brasil estariam à disposição em salas de cinema da cidade de São Paulo um ‘exclusivo sistema’ para ‘performance superior de projeção’ de filmes, numa qualidade 3D nunca antes vista. Explicando, a matéria informava que simultaneamente duas faixas de filme correm pelo projetor a 24 quadros por segundo: cada *frame*, assim, ficaria ‘perfeitamente imóvel’ quando projetado, e a imagem nunca tremeria ou ficaria borrada, sendo utilizados dois projetores para tanto. A sensação, diz-se, com os complementares acessórios como óculos, tela com *design* específico, som *surround*, e etc., é a de estar dentro do filme. Fantasmagoricamente, num lugar originalmente impossível de estar.

A evidência da impossibilidade de estas imagens especulares trazerem totalmente aquilo que referem, por mais recursos que a tecnologia lhes ofereça para que sejam produzidas com perfeição imitativa, poderia ser o tema central deste trabalho. Não à toa, um subtítulo sugerido ao texto foi o de ‘Glosa à fantasmagoria’; o que, procedente, traria o assunto tratado a um grau mais patente ainda. As primeiras apresentações cinematográficas, no século XIX, quando o aparelho projetor de imagens ainda era de uso individual, tinham como um de seus nomes rigorosamente este: *phantasmagoria*. O que demanda que propor-se a acusar, denunciar, ou decifrar tal aspecto ilusório de imagens com efeito de real, ainda mais tendo como marco deste processo o advento da fotografia e conseqüentemente o do cinema, como este texto faz, perto de novidades tão sabidas como as mencionadas acima, torna o trabalho feito sobre um ‘poder’ da imagem a partir deste aspecto, no mínimo, anacrônico.

Se pensado por outra via, que provavelmente seria uma de suas justificativas, a da ‘influência’ das imagens sobre a sociedade que as consome, o problema desta proposta de investigação estar ultrapassada ficaria menos resolvido ainda. Debray (1993:15), ao mencionar que “quer as imagens tenham um efeito de alívio ou venham a provocar selvageria, maravilhem ou enfeiticem, sejam manuais ou mecânicas, fixas, animadas, em preto e branco,



em cores, mudas, falantes...”, tornaria pueril a premissa de uma sua ‘influência’ ao completar a sentença dizendo que o fato de elas fazerem “agir e reagir” é “comprovado desde há algumas dezenas de milhares anos”. Não bastasse, poderia ser suficiente observar, por exemplo, as primeiras tomadas dos Lumière à porta da fábrica, a cinco anos do séc. XX, nas quais já se podia notar o efeito de uma câmera cinematográfica no comportamento de quem passava a tê-la no seu cotidiano: no segundo dia de filmagens, os trabalhadores (principalmente as mulheres, é o que o filme prova), saíam de uma jornada de trabalho pelo portão da fábrica com suas melhores roupas (vestidos): estavam sendo filmados: sabendo que se tornando imagens deles mesmos.

Influência da imagem specular na vida social visivelmente exercida e sem custo comprovada (pois comportamentos de mesma natureza já poderiam ser exemplificados no caso da preparação que envolvia os retratados para ‘tirar’ fotografias), procurar por suas causas poderia ser um trabalho sinistro, assim. A periculosidade estaria num escorregão a ser dado a qualquer momento da procura: um tropeço para áreas científicas vizinhas (à comunicação), e, principalmente, a permanência por lá. Neste caso de busca de motivos à suscetibilidade em relação à imagem, por exemplo, a área da psicologia, entre outras de natureza semelhante, ofereceria ferramentas teóricas irrecusáveis, que vasculhassem, apontassem, explicassem caminhos e métodos para se descobrir tais motivações. Da mesma forma, contextos não faltariam para se lembrar a utilidade da semiologia, da iconologia, da antropologia e demais campos de produção científica de conhecimento que muito bem oferecessem seus instrumentos metodológicos para o tratamento de tema tão amplo quanto a imagem, e o que se pretendesse desvendar sobre ela.

O que talvez tornasse a proposta de uma investigação por um suposto poder da imagem, que é o que parece ser, afinal, aquilo que se deseja aqui, mais corriqueira ainda, fosse uma pronta resposta dada há mais de dois mil anos para a questão: na Poética, Aristóteles menciona que “efetivamente tal é o motivo por que se deleitam as pessoas perante as imagens: olhando-as aprendem a discorrer sobre o que seja cada uma delas” (1966:71). Assunto encerrado (se por autoridade ou clarividência também não interessaria muito), sobraria pôr-se a problematizar outro tema como desculpa para uma pesquisa. No entanto, nas notas de J. de Carvalho à tradução para a língua portuguesa da *Metafísica* do próprio Aristóteles, o comentador resume a primeira parte do livro do filósofo como: um “capítulo [que] tem por fim mostrar que o desejo de saber é natural [...] e que a verdadeira ciência é a que resulta do conhecimento teórico, especulativo, não prático, cujo objeto é o saber das causas ou razão de ser” (1943:03). De carona em tal apresentação da ciência dos princípios

essenciais (ou do que as coisas ainda não são), o que se poderia aproveitar para dizer é que o objetivo de um trabalho que tem como tema principal uma conjecturada força da imagem como meio para comunicação na contemporaneidade seria, apesar das comuns considerações que ‘elevariam’ o assunto a uma manjada frivolidade, tentar justamente (e pretensiosamente) saber as possíveis causas e/ou razões de ser deste presumido poder de uma expressão através da imagem numa função de comunicar.

Transformando o tropeço nesta área vizinha numa queda, momentânea, se poderia resgatar o que a apresentação de outro texto clássico inventa, para se justificar e introduzir o caminho da pesquisa. Nos comentários introdutórios ao diálogo platônico ‘Timeu’, E. Chambry explica o motivo da obra aparentemente prometer uma coisa no início e se desenrolar sobre outra no seu andamento: “é que, antes de abordar o problema político e social, Platão quis mostrar o lugar que o homem ocupa no universo, e o que é o próprio universo [...] E assim, essa questão preliminar assumiu um lugar preponderante” (1969:237), ou seja, “para mostrar o que o homem deve ser, se quiser cumprir o seu destino, Timeu [personagem título] remonta à formação do universo” (*ibidem*, 250). Menção esta, que é um escorregão a um campo de conhecimento paralelo apenas para identificar que o ‘passo atrás’ que involuntariamente sentiu-se, nesta pesquisa, a necessidade de dar, poderia acabar sendo considerado um tipo de método, que busca bases para aquilo sobre o que quer apurar, e que se atrasa a entrada no assunto que promete gastando o tempo e pondo à prova o brio do leitor, pode, quem sabe, formar algum suporte no qual se apoiar para andar em direção ao proposto – a não ser que Timeu fosse apenas um prolixo. Estes passos dados para trás, aqui, foram alguns, e a sua indicação também pode ser a apresentação de parte de uma (im)provável coluna vertebral do que resultou a investigação que busca, sobretudo, não custa estar a relembrar, compreender possíveis modos e razões para tal suposto predomínio da imagem como meio de comunicação social.

Um destes passos, que ocupa o primeiro capítulo da primeira parte do texto, é uma discussão que se aventura a exigir uma especificidade daquilo que se está chamando de comunicação, baseada numa justificativa pedestre: estando-se no campo de estudos da comunicação, a partir dele é que o trabalho deveria ser empreendido. Ao dar-se conta, contudo, e com dificuldade, da imponente resistência da empresa que seria ‘definir’ a ‘comunicação’ (previamente imaginado que estava, que só então seria possível andar por ela), a finalidade do debate apenas mudou de tamanho. A artimanha foi que daquilo que se pensava, inocentemente, poder universalizar um conceito epistemológico da comunicação, se passou a especular sobre uma base para o que a própria pesquisa (ou o pesquisador)

necessitaria, de qualquer forma, arrumar como ponto de apoio. Três circunstâncias, nesta construção elementar de saída, precisariam ser consideradas. A primeira é que um dos motivos, se não o maior, foi o de que tal base que definisse, ainda que rudimentarmente, a comunicação, se viu requerida estabelecer-se para que se tentasse manter certa vigília a evitar o embarque em algum trajeto que afastasse a investigação dos objetivos, nebulosos que por ora fossem, que havia se dado. A segunda, é que além (e apesar) de elementar, a base estabelecida também é levada, no seguimento da investigação, como uma definição *ad hoc* (tal a idéia de imagem mencionada no prefácio), que, ao não se configurar como a criação de uma teoria (e nem poderia! – apesar da extensão com que é tratada no texto) não é reportada a todo o momento na seqüência da pesquisa, mas designada no seu decorrer com fins específicos quando surge o caso de recorrência (ou salvamento) a, justamente, uma conceituação adjunta ao problema tratado. A terceira é que, ao se afirmar que a comunicação se constitui – elementarmente, para o que a pesquisa necessitaria como base de saída e apoio – num processo de relação entre uma extremidade (humana) que expressa algo através de um meio com a intenção específica de comunicar a outra extremidade que percebe esta expressão (ainda que inexista parâmetro para esta ‘intenção comunicacional’); uma das coisas que não se quis fazer, ao menos não voluntariamente, foi associar-se deliberadamente a qualquer teoria que a definisse de modo parecido, como um modelo funcionalista, talvez; de sistemas de informação, quem sabe, ou qualquer outro que os valesse. Basicamente o que se desejou determinar foi que, para se enxergar minimamente sobre qual processo se estaria tratando, que os elementos de ‘perceber’, de ‘expressar’, e de um ‘meio através do qual se dá esta mediação’ entre um e outro, seriam basicamente imprescindíveis para se entender o processo da comunicação como um objeto identificável, e, em conseqüência, trabalhável. Neste caso, no mesmo intuito de se manter na linha do objetivo traçado, se deixaria estabelecido neste processo *que* ‘perceber’ seria uma sua condição, não importando investigar, neste momento, exatamente *como* esta ação se engendraria. Sendo que em relação ao ‘expressar’, outro integrante condicional do processo, a importância de *como* esta ação se desenvolve, no campo da comunicação, apontaria, então, para o objeto da pesquisa. O uso da imagem como um meio através do qual se dá a expressão dentro de um processo de comunicação (este, rudimentar, que se estabeleceu como base) seria o mais próximo que se pôde enxergar para ser colocado na mesa de exame.

Neste sentido, outro dos passos atrás dados para se chegar à imagem que interessava à pesquisa foi o de considerar (1) o contexto em que esta relação de comunicação estaria sendo produzida que permitisse a expressão imagética alcançar a referida suposta predominância

como meio, para quem sabe se chegar naquilo que (2) emanaria então, da constituição de um contexto específico com estas possibilidades. Ambos os pontos, como está entendido no raciocínio do texto, dependentes do avanço da tecnologia na produção, e transmissão, de mensagens e, conseqüentemente, de imagens. Embora o impacto da tecnologia no comportamento humano esteja há muito na evidência histórica da pedra lascada, da caixa de fósforos, da própria câmera obscura, e outros exemplos mais corriqueiros, de modo a exaurir o significado, por exemplo, da cena em que um pedaço de galho jogado ao ar se transforma (não por acaso num truque cinematográfico) em uma nave espacial, na mesma época em que a tecnologia levava o homem à lua, é justamente esta batida via de explorar o seu inexorável progresso que é tomada pelo trabalho. Pois quando a mediação, que funda o processo de relação pelo qual se está caracterizando a comunicação, passa a ter a possibilidade de ser engendrada por um meio que passa, por sua vez, a ter a possibilidade de ser produzido por determinada tecnologia, o que se observaria é que ‘mudam as condições de simbolização’, e, por ilação, se transformaria também a relação com o real dos indivíduos que utilizassem estas simbolizações, como representações, para referir dada realidade. A alusão a esta mudança, que é trazida, nestas palavras, das idéias de M. Augè (1989:15), e se transforma num fio condutor do texto, coloca inapelavelmente o avanço da tecnologia como peça propulsora de outros temas tratados antes de se chegar à imagem, já que o próprio autor também menciona ser “sob o efeito das representações associadas ao desenvolvimento das tecnologias” que “a relação global dos seres humanos com o real modifica-se” (*ibidem*), idéia que será usada pelo trabalho na forma de argumento, como um passo atrás de visa à frente, e uma vértebra importante da coluna, torta ou ereta, que se pensa estar armando.

Ainda que fosse preciso lembrar que a descoberta de tecnologias é também, ou principalmente, conseqüência natural de demandas sociais de ordens diversas que surgem a cada tempo, incluindo a produção de meios para comunicação (que é exclusivamente o que ganha acento aqui), o que se entendeu que cabia averiguar para este trabalho seria uma interferência, aprumo, ou mesmo mudança pontual que determinada tecnologia possibilitaria a um meio específico utilizado (‘intencionalmente’) para comunicação – traduzindo: o que a possibilidade de se produzir imagens com ‘efeito de real’ poderia trazer a uma utilização da expressão imagética produzida com essa característica na função de representar, como meio de (ou *para*) comunicação, um referente ausente. Assim, poderiam ser elencados, com base no avanço da tecnologia, alguns de seus efeitos escolhidos por esta pesquisa como pedras que fizessem um caminho a, ao levar até uma possível resposta sobre modos e razões de uma suposta predominância da imagem como meio para comunicação, indicassem o que os pontos

(1) e (2) do parágrafo anterior intentavam. Neste sentido, “o impacto causado pelo surgimento das novas tecnologias”, que teria permitido, segundo Rüdiger, com que a comunicação começasse a “se desenvolver como matéria de reflexão” (2003:15), no início do século XX, poderia ser considerado, aqui, um dos primeiros (e lógicos) destes efeitos de determinado advento tecnológico. Um segundo, talvez em consequência, e quem sabe um tanto mais peremptório, seria o de aderir à idéia de Verón quanto a convir “associar o princípio de produção tecnológica das mensagens” à “noção de meio de comunicação”, para que, ao estabelecer uma especificidade ao termo, se evitasse uma “pertinência tão ampla” que terminasse “incluindo todos os avatares simbólicos da humanidade” (1997:10) sob tal conceito – advertido esteja que assumir a definição (tecnológica para ‘meio de comunicação’) é tomar uma, entre outras, direção para a investigação dentro do campo (acadêmico da comunicação). Sendo que um terceiro efeito da tecnologia poderia ser considerado, então, aquilo que faria Rodrigues afirmar que ‘o efeito mais notável’ do campo da mídia seria o ‘efeito de realidade’. Desta afirmação, dois pontos poderiam ser pensados. Um é que se a comunicação se desenvolve como matéria de reflexão, como recém dizia Rüdiger, num tempo de ‘impacto’ da tecnologia, ela provavelmente teria se desenvolvido como um campo (social) prático (‘profissional’) no mínimo concomitantemente, ou anteriormente, ao aparecimento da comunicação como campo de pensamento específico. De forma que, assim, mais outro passo atrás a ser dado seria o da procura por uma idéia de formação dos campos sociais, a fim de se ter alguma noção de determinada especificidade funcional originária de um campo social da comunicação (ou campo da mídia, como será referido neste trabalho, a partir da denominação de Rodrigues) – caminho tomado que apontaria para o ponto (1) antes mencionado: identificar o contexto em que a imagem estaria sendo utilizada que a permitisse alcançar tal suposta predominância como meio a estabelecer uma relação de comunicação: um campo social com certas características. O que levaria ao outro ponto a ser pensado a partir da afirmação de Rodrigues (de que o maior efeito da mídia é o de ‘realidade’): o de que tendo uma, entre outras, de suas funções que o legitimam como campo social tornar público o discurso dos demais campos sociais, que recorreriam a ele com esta intenção, reconhecendo a sua retórica, mas investindo na publicização por ele feita confiando na fidedignidade possível da transmissão de seus discursos, a imagem, para este exercício, *calharia* com ‘superioridade’ (com determinada melhor precisão) pelo menos num aspecto em relação a demais modos de expressão: ao invés de evocar, por transposição, aquilo que refere, como a linguagem verbal, por exemplo, a imagem, exclusivamente, o faria *mostrando*.

É provável que por identificar tal característica possível em imagens utilizadas como meio para comunicar, Cohen-Séat e Fougeyrollas, em texto que tratava da ‘informação visual e sua ação sobre o homem’, referiam-se ao advento da produção e transmissão da imagem especular na função de comunicação social como um “irresistível desenvolvimento de técnicas que não estão subordinadas ao antigo modo de expressão” (1975:358). Constatção que teria o mesmo caráter preliminar da posição de Barthes perante as possibilidades de produção de imagens com efeito de real, ou ‘autenticadoras’ daquilo que ela mostra que aconteceu (como ele afirmará), ao assinalar que “... a fotografia não seria, pois, o último termo (melhorado) da grande família das imagens, mas corresponderia a uma mutação capital das economias de informação” (1982:37). Considerando que tanto Eco, ao dizer que “de espelho da realidade”, a televisão, por exemplo (produzida com base em imagens igualmente especulares), se transforma em “produtora de realidade” (1984:183), e Bourdieu, ao mencionar que ao invés de mostrar, no sentido de informar, como supostamente a tevê faria, ela torna insignificante o que ‘deveria’ mostrar, ‘construindo’ algo que “em nada corresponde à realidade” (1997:11); o que surgiu examinar, no percurso, foi por onde, então, a imagem poderia permanecer com determinada posição destacada enquanto meio para comunicar. Pois se um dos fatores pelos quais ela manteria tal destaque seria, a princípio, uma sua função de representação fidedigna – dentro das possibilidades naturais de qualquer representação manter a fidelidade ao referente –, já que tal função era uma das fundadoras (e legitimadoras) do campo da mídia, do qual ela seria um (ou o mais destacado nesta função, é a aposta, aqui) veículo; mas, por outro lado, se claro já estava, nos termos de Eco e Bourdieu, que esta função, ao que tudo indica, que daria origem a uma sua posição de destaque, já se apresentava contaminada, na medida em que a imagem especular teria sido transformada em um ‘espelho’ que ‘em nada corresponde à realidade’ que refere, seria preciso encontrar algum (outro) modo e/ou razão que sustentasse a imagem (ou a expressão/representação imagética) num lugar destacado que, apesar das acusações da corrupção que promove na representação especular, não se poderia simplesmente negar que ela, imagem, estivesse.

A tentativa de algumas variáveis para esta questão também foram passos atrás, com vistas a vislumbrar à frente. Uma delas, que se manteve como operadora da direção que seguiu o trabalho, foi a de considerar uma idéia de Giddens, cujo argumento seria o de que em “condições de modernidade [...] atitudes de *confiança*” em “sistemas abstratos” se tornaria um importante “suporte” dentro de práticas e relações sociais, já que seriam “rotineiramente incorporadas” ao cotidiano, “reforçadas por circunstâncias intrínsecas do dia-a-dia” (1991:83). Se se ponderar que um ‘sistema abstrato’ pudesse ser entendido, sob determinado

aspecto, como um campo social, e o campo da mídia já estivesse alçado a esta condição, dado que a função publicizadora dos discursos dos demais campos já lhe legitimaria como um, a idéia de confiança neste sistema abstrato que seria o campo da mídia (como igualmente nos demais campos sociais assim entendidos) ganharia uma dose dobrada de confiabilidade se o seu discurso se desse através de um meio que, como dissera Barthes, ‘autentifica’ aquilo que refere (outra idéia, a da ‘autentificação’, assim como a de Augé, que será fio condutor da pesquisa). Isto é, na medida em que o campo da mídia expressa o *seu* discurso (‘discurso’ que é algo que legitima um campo social, segundo Rodrigues) – que nada mais é (ou ‘seria’) do que a publicização dos discursos dos outros campos – através de um meio imagético, dotado da característica de ‘testemunhar’ aquele acontecido que torna imagem (poder de testemunho que é traço assinalado por um par de autores, entre os quais Aumont e Carlón, por exemplo, e que vai ao encontro do que Santaella assinala em relação ao paradigma fotográfico da imagem: a ‘servidão’, deste tipo de imagem, ao objeto que a origina enquanto representação (1998:170)), daria, por isso, mais um caractere de confiabilidade àquilo que expressa (representa). O que estaria sendo apontado por Dubois, por exemplo, quando diz que a foto “atesta indubitavelmente aquilo que mostra”, deixando para Bazin concluir que seríamos praticamente ‘obrigados’ a “crer na existência do objeto representado” (1991:22), seria a confiabilidade emanada do meio pelo qual se expressa sobre a confiabilidade que o campo que o expressa já teria.

Se de um lado, como o trabalho arma, fica exposto tal característica testemunhal que uma imagem especular carregaria, e de outro, a idéia da imagem como um espelho que não reflete (mais) a realidade que refere (situação apontada quando entendida a imagem numa ‘função informacional’), o diagnóstico desta contradição estaria sendo denunciado por Barthes, no momento em que assinala “um importante paradoxo histórico”, ao dizer que “quanto mais a técnica desenvolve a difusão das informações” – “*principalmente através das imagens*”, é o que ele ressalva – “mais fornece meios de mascarar o sentido sob a aparência do sentido original”. O implícito na afirmação de Barthes, se há, poderia estar emergente na idéia de Flusser, quando, falando sobre estas imagens (‘técnicas’, como consensualmente denominadas) que servem à difusão de informações, diria que “a aparente objetividade das imagens técnicas é ilusória [...] na realidade são tão simbólicas quanto o são todas as imagens”, no que as faria reencontrarem-se com a sua ‘família’ (a das imagens, até então somente pictóricas e, conseqüentemente, manifestamente simbólicas). Pois tácito, nas duas assertivas, estaria a concordância de um dado – que seria exatamente o que teria feito com que denunciasses a impossibilidade especular da imagem técnica –: que tais imagens (técnicas,

ou especulares, como são referidas durante este texto) seriam tidas como aquelas cujo objetivo é expressar, no sentido de representar, no sentido de informar (Barthes fala em ‘difusão das informações’ e em ‘economia das informações’; caminho no qual Eco e Bourdieu também estariam) com determinada fidedignidade possível aquilo que referem (ou que informa, ou que representa), já que este passa a ser seu [da imagem] uso dentro de um campo que tem esta função [de informar] como legitimadora da sua posição de campo social. Mas que, sendo uma imagem, não escapa à simbolização que toda representação carrega.

Paradoxo, da imagem, pois, ao qual o cineasta russo Andrei Tarkovski seria chamado, aqui, a falar. “Consolidando-se como diretor e autor em um país em que o cinema era visto como máquina de ideologia”, como afirma Alegria (2007), “Tarkovski introduziu um olhar poético e subjetivo em um meio artístico até então tratado através de um olhar objetivo e político” – situação soviética à época do jovem Tarkovski. A ‘coisa extraordinária’ que ele vai dizer ser a imagem, possivelmente por isso, estaria, então, no extrato daquilo que o autor, mais do que falar, mostra, na sua cinematografia. Como produtor de imagens, que é sua matéria prima, esta substância poderia ser encontrada com mais veemência, já que a característica do intenso trato com a imagem se esparrama por todos os oito filmes de sua carreira, no seu último longa-metragem. Em “O Sacrifício”, filmado no ano de 1985, na Suécia, alguns meses antes de sua morte, Tarkovski resolve abrir a história focando, estaticamente, por mais de quatro minutos, uma parte da pintura “A Adoração dos magos”, produzida entre 1481 e 1482, por Leonardo da Vinci. No encontro promovido pelo cineasta entre estes dois tipos de imagem – pictórica e cinematográfica – é que se suspeitou, então, como mote e horizonte deste trabalho, algo estar sendo dito sobre o suposto poder da expressão imagética utilizada como meio pelo qual se tem a intenção de comunicar (num sentido de informar). No entanto, busca esta – de um trecho de um filme de Tarkovski, para falar sobre tal questão – feita ante duas ponderações: uma, a de estar consciente do risco que seria, ao se chegar à análise da cena, fazer pouco mais do que uma crítica cinematográfica sobre o caso então escalado como ‘(pseudo-) objeto empírico’ da pesquisa, já que evidentemente Tarkovski não estaria falando, pelo menos não abertamente, das questões que o trabalho propõe, principalmente porque seria preciso fazer uma distinção salutar: quando menciona a extraordinariedade da imagem, o diretor de cinema está se referindo à imagem artística (já que é um defensor decidido do cinema como arte), e não, pelo menos não explicitamente, do uso da imagem como um meio para comunicação (no sentido de informação ao qual a estariam referindo Barthes, Eco e Bourdieu) – esta, a segunda ponderação.



O elo, que tornaria possível manter uma análise da cena do filme de Tarkovski, com certa insistência, num projeto que se designa a descobrir modos e razões de um suposto poder da imagem como meio para comunicação, se daria em relação, pois, a o que o uso de determinada tecnologia exalaria no comportamento humano de uma sociedade que se valesse dela, incluindo-se aí, para o que concerne especialmente ao interesse deste trabalho, as possibilidades de produção de imagens. Reiteradas vezes, Tarkovski confirma, no seu texto, aquilo que implicitamente mostraria – e estaria mostrando com a hipotética ênfase que se julga haver no caso da primeira cena de ‘O Sacrifício’ – através das suas imagens: um rechaço ao que chama de “inexorável avanço da tecnologia”. Aquele advento tecnológico, antes mencionado, que traria, entre outras coisas, a possibilidade da produção de uma imagem com ‘efeito de real’, poderia ser entendido, para o diretor, da maneira como percebe seu uso na organização social contemporânea, uma inexorabilidade que “afastava o homem de seu espírito, de seu lado instintivo, levando, em última instância, a sociedade moderna ao colapso” (*ibidem*). No arranjo sob o qual organiza o encontro de dois tipos de imagens no início de ‘O Sacrifício’, é a aposta e a suspeita, aqui, estaria efetivada esta denúncia. Ao demonstrar, pelo cinema – ápice de uma tecnologia que permite o ‘efeito de real’ imagético em uma época – a impossibilidade de representar com total especularidade um referente, que não por acaso é uma pintura renascentista – ápice de uma técnica que revolucionou a produção imagética no caminho da especularidade, em outra época – Tarkovski estaria fazendo, ao que se entende para este projeto, no mínimo, duas coisas. A primeira seria igualar as duas imagens, pelo menos em um aspecto: justamente na impossibilidade de totalidade especular por mais que a técnica vigente permitisse o maior efeito de real possível (pois ninguém menos que um dos mais famosos críticos contemporâneos a Leonardo, Vasari, afirmava o espanto de um quadro como a ‘Monalisa’ ser o de estarmos vendo ‘a própria carne’ na imagem de uma pessoa reproduzida a óleo, numa tela plana; assim como Bernadet afirmaria ter sido o cinema oferecido à sociedade como a própria ‘reprodução do real’ (1985:21)). Ao denunciar tal perspectiva, caso se aceite a hipótese de o estar fazendo, Tarkovski não se (nem nos) remeteria simplesmente à inerência da impossibilidade de uma expressão dar o conteúdo tal e qual daquilo que refere, mas delataria justamente este ‘efeito’, que a imagem produzida tecnologicamente traz, e se destaca por ele: o de realidade. Estaria a *mostrar*, pois, os ‘defeitos’ (ou a impossibilidade) do cinema (como ápice especular ‘técnico’, ou tecnológico) em representar *ipsis litteris* o que refere, exatamente na maneira como, através dele, cinema, estaria *mostrando* os ‘defeitos’ (ou a impossibilidade) da pintura, renascentista, neste caso (como ápice especular pictórico), de fazer o mesmo, pois o foco da

câmera num pedaço da obra pictórica (reproduções à pág. 127) pareceria estar escarafunchando suas entranhas, ao mesmo tempo em que testando os limites do meio cinematográfico de expressão (ou de representação). Os dois tipos de expressão imagética, no encontro que lhes marca Tarkovski, se equivaleriam, assim, na sua incapacidade de cumprir aquilo que poderia ser considerado um dos seus objetivos; o de funcionar como espelho. O ‘autenticador’ cinema – porque originário tecnicamente da fotografia, e pertencente ao ‘paradigma fotográfico’ (conforme Santaella (1998)), como a tevê e o vídeo –, estaria enfatizando Tarkovski, é tão simbólico quanto a naturalmente simbólica pintura, como diz a frase síntese de Flusser (‘imagens técnicas’ são “tão simbólicas quanto o são todas as imagens” (2002:14, 15). Nada, contudo, que já não se soubesse relativamente há muito, em se tratando de representação através da imagem. A diferença (e uma justificativa possível da presença do caso da cena de Tarkovski aqui) seria a de que, se é possível interpretar seu trabalho como uma chamada de atenção ao que emana de um suposto poder da imagem no modo de vida social atual, adquirido com mais força com o surgimento de uma tecnologia que permitiu a produção imagética alcançar determinado efeito de real, ‘O Sacrifício’, como afirma Alegria, seria um “alerta urgente, como se o diretor estivesse finalmente colocando em palavras claras [ou imagens] o que sempre tentou dizer [ou mostrar] com seus filmes” (*ibidem*). Sobre (ou a partir de) o qual, então, se poderia pensar a respeito de certo deslocamento de um uso deste tipo de imagem (especular), que, dadas as possibilidades eletro-tecnológicas para a sua produção, deixaria um campo de expressão, o artístico (e tudo que se sabe o que lá uma expressão imagética pode significar), e enveredaria a um campo social prático cuja função é informar (fidedignamente): o ‘campo da mídia’, que através da imagem encontraria um dos meios mais afeitos pelo qual pudesse exercer seus propósitos.

O que se aproveita como um ‘recado’ de Tarkovski, então, torna-se uma deixa para que a investigação aponte para um caminho; que será o de chegar a ensaiar algumas interpretações para se descobrir o que um alerta destes possa estar querendo dizer – tomado, é claro, em relação à questão da imagem que se quer compreender. Como a estrada que se decide adotar na investigação não se desvia totalmente, portanto, de um viés interpretativo, neste caso, o trajeto corre mais outro risco, o de ser tendencioso desde o início, fazendo com que quem seja trazido a dele fazer parte tenha sua participação sutil, ou mesmo abertamente, constrangida a dizer ‘mais ou menos’ o que o trabalho queira que seja dito. De modo que, ao fazer com que o que sobre, ou derive, do alerta-recado-deixa de Tarkovski, ao trabalhar de tal forma com as duas imagens, seja uma análise de determinado *uso* que a expressão imagética toma dentro de uma função que se julga passar a caber-lhe a partir do advento tecnológico que

possibilita à imagem ser produzida com uma especularidade a proporcionar-lhe um efeito de realidade até então inatingível, alguns autores são convocados para, arditamente por quem os manipula, auxiliarem noutra passo atrás, agora a tratar da função sensorial da visão (na parte II, após a discussão sobre a comunicação, momento em que o ‘objeto’ imagem propriamente dito é introduzido). Tarefa que seria uma acanhada (principalmente no que diz respeito a dados teóricos fisiológicos ou oftalmológicos) tentativa de sobrepor, ou reafirmar o senso comum, de que o sentido físico específico e exclusivo pelo qual os olhos colocam os homens em relação com o mundo externo, nesta sua superioridade de contato com as coisas, em termos de instantaneidade, que seja, precedesse, de certa forma, ou justificasse, de alguma maneira, uma entrada à idéia de uma aquisição de prevalência da imagem (que é o que o trabalho advoga, e por isso quer investigar). Sobreposição da visão que é feita numa manobra implícita e operacional (o que resultaria na sua insuficiência teórica ocasional) de comparação a outros tipos de representações que se oferecem aos restantes sentidos físicos de percepção sensorial humanos (auditivas, táteis, gustativas e aromáticas) – o que equivaleria a, resumidamente, mencionar que a época atual pudesse ser classificada como uma ‘civilização do olhar’, por exemplo, que demandaria, numa consequência possível, a derivação de outro chapão; o de que fosse, então, desde o advento da fotografia (câmara obscura mais fixação da imagem obtida em seu interior), uma crescente ‘era da câmera’ em que estivéssemos metidos, na qual a imagem com efeito de real teria atingindo um grau de produção e transmissão instantâneas, a partir mesmo de pequeninos aparelhos particulares com os quais se estivesse permanentemente a tira-colo. Caminho de análise, todavia, que o trabalho não toma. Mas que resolve seguir, por outra frente, num sobrevôo que é mais um passo atrás, a flutuar sobre um trecho da história da arte visual, especificadamente no que diz respeito à pintura e um seu objetivo mimético de reprodução imagética da realidade que quer referir (ou expressar, ou representar), no intuito de remontar fatores que levassem a possíveis modos e/ou razões para a proposta supremacia da imagem. Uma das finalidades da arte, a imitação de um referente através da sua reprodução transpassaria diversos períodos artísticos até sofrer uma de suas reviravoltas mais marcantes, na virada do século XIX para o XX – tempo em que a comunicação, como área específica de reflexão, por exemplo, conforme Rüdiger, estaria a se constituir. Concomitância provável que fez com que o trabalho, entre outros fatores, pusesse certa ênfase numa idéia de ‘passagem de bastão’, em termos de função, da arte pictórica mimética que servia como um meio de ‘testemunho’ daquilo que referia (como a produção de retratos, por exemplo), às imagens técnicas, que então com a possibilidade de representar um referente com tal efeito mais apurado de realidade, passariam a ser utilizadas dentro de um

campo (o da mídia) que teria como uma sua prática (entre outras) a reprodução (transmissão, ou “publicização”, como dirá Rodrigues) de referentes outros (discursos de outros campos, acontecimentos, fatos, episódios do mundo, os quais ele, campo da mídia, reproduz), dentro de uma fidedignidade possível de representação do que refere, desde que seria esta função, representacional (referencial, reprodutora) que legitimaria, e manteria, a posição social do campo da mídia. Deslocamento de ‘uso’, pois, da imagem especular, que se quereria encontrar sendo revelada, metaforicamente (como Tarkovski dirá ser seu modo de trabalho), e denunciada, na cena do encontro das imagens supracitada.

Denúncia, então, que remontada ao campo onde se supõe que a imagem tenha tal poder, faz com que a análise que sobre seja uma que estaria muito bem e claramente colocada por Fausto Neto e Eco. Para o primeiro, sinteticamente, uma ação praticada pelo campo midiático, no exercício da sua função, seria a da “ênfase na enunciação” (2005:13), que iria culminar no que o próprio autor chamará de “realidade da construção”. Posição que estaria complementarmente explicada quando Eco dirá não estar mais em questão a “aderência entre o enunciado [midiático] e o fato [que se esperaria – o senso comum que fosse – o enunciado midiático reproduzir]”, culminando numa substituição em que a “verdade da enunciação” passaria a valer mais do que a “verdade do enunciado” (1984:188). Conjuntura na qual se julgou *calhar* a imagem, e seus pressupostos anteriormente (e convenientemente) apurados (apelo superior da visão como sentido a conhecer o mundo exterior, ênfase na representação imagética por imitação para reproduzir a realidade que quer referir, e possibilidade de efeito de real através da imagem a partir do advento tecnológico). Isto é; na valia de um meio ‘autentificador’ (como é para Barthes a imagem de origem fotográfica) para reforçar a “verdade (ou ênfase) da enunciação” é que se poderia avistar algum modo e/ou razão da imagem adquirir determinada força. Misturando a posição de Sodré de que uma ligação entre duas partes realizada por uma “espécie de prótese tecnológica” caracterizaria a “mídiatiza o”, com a coloca o de Braga, de que uma das “amplitudes” da mídiatiza o (ainda que ‘mídiatiza o’ não seja exatamente a mesma coisa para Sodré e Braga, mas que neste momento signifique a utiliza o de meios eletro-tecnológicos para uma rela o de comunica o)   a possibilidade de “mostrar por representa o” aquilo que refere, o que se quis pensar como um pretense pulo do gato foi a idéia de que esta ‘mostragem’ ‘autentificadora’ *através da imagem*, que reforçaria assim um papel do enunciator midiático (no melhor tipo de publiciza o/transmissão possível do referente: o imagético: que ‘mostra’!), seria a autentifica o de uma “realidade da constru o” daquilo que representa. Isto  , que uma co-constru o (mídi tica) da realidade – idéia mesmo já gasta, mas que serve

operativamente –, seria um corolário natural praticamente desconsiderado (pela extremidade da relação de comunicação que percebe a expressão) numa representação imagética da realidade na medida em que a imagem transmitida tivesse então o poder de garantir, via autentificação, que aquilo que mostra aconteceu daquela maneira. Quando precisamente o que sucederia seria que a ‘maneira’ com que é mostrado é que se tornaria o conteúdo autenticado daquilo que se mostra. Quer dizer; o engendramento da produção da representação, por parte de quem expressa, baseado no fato de que o meio pelo qual a expressão se dá – imagético – não pode mentir (como assevera Eco), acabaria assegurando um status de verdade<sup>1</sup> mais a quem enuncia, do que ao que é enunciado. De onde se irá concluir, talvez na parte mais importante do trabalho, que “padrões para ver as coisas” (tal mencionará Braga (2007:07)), como característica de uma idéia de midiatização então entendida como um processo de interações midiatizadas que passa a se tornar referencial numa sociedade que se vale de mecanismos midiáticos, instauram-se com base em expressões que seguiriam um modelo: o de determinado ‘paradigma informacional’. Uma forma de expressão que suplantaria, é o que se arrisca apontar, a representação (no sentido de reprodução) não apenas na inerência de toda expressão representativa ser em si já outra coisa, mas que trocaria a referencialização que intenta reproduzir (imitar) pela *criação* de outra realidade para além, ou aquém, daquela que estaria (e/ou que seria uma sua função esperada, ou idealizada) a referir. O mimetismo, que de alguma forma é com o que se contaria em relação ao exercício midiático, se transformaria, aparentemente sem maiores problemas ao contínuo funcionamento do campo da mídia, numa simbiose: associação entre dois organismos (o discurso/acontecimento, e o campo/enunciador que ao reproduzi-lo o torna público) que ao deixar apenas aparente o princípio de benefício mútuo, converter-se-ia num parasitismo, desde que a mídia não teria vida própria sem ter de onde sugar aquilo no que transforma o seu fazer. Relação que se poderia considerar vampiresca na medida em que o conteúdo do mundo seria sugado para alimentar um reproduzidor deste conteúdo que então o devolveria disposto de forma a colocá-lo, como enunciador, acima daquilo que está a reproduzir: já uma criação que serviria muito mais à manutenção de uma posição que arranhou moldando (ou estruturando, como dirá Sodré) o conteúdo de fato com características próprias ao seu ofício – a informacionalidade (como mencionará Lasch) –, do que a tentativa de reprodução o mais próxima possível do acontecido original. Circunstância que permitiria se conjecturar estar-se num estágio em que a realidade (ou aquilo que estiver sendo referido por um enunciador midiático, para não adentrar ao

---

<sup>1</sup> Neste sentido, a idéia de verdade seria a de que a referência correspondesse (aderisse) àquilo que estaria a referir.

infortúnio da discussão ontológica do real) se encontraria, por vezes, praticamente em contraponto a uma enunciação que a tivesse por referente<sup>2</sup>. Perspectiva que poderia indicar o estado de coisas que ‘emanaria então, da constituição de um contexto específico com as possibilidades’ até aqui apresentadas (tal era o ponto (2), citado na pág. 19): um processo de mediação que ocorreria, em grande parte, através da imagem.

Destino da investigação que se atingido por um rumo mais, ou menos, forçado, não teve o intuito de deixar afirmadas duas idéias pelo caminho. Uma, a de que a via da mediação fosse direção exclusiva para um estudo de comunicação, mas apenas uma alternativa, entre outras, que, para o contexto deste trabalho, acabou sendo, de alguma forma, tomada. Outra, a de que uma única noção de representação viável para se entender o fazer midiático fosse a da reprodução fidedigna; se aqui se exacerba tal aspecto da fidelidade no papel de representar que a enunciação midiática necessitaria ter, é porque é por ele que se encontra uma entrada possível para se entender o que se propôs. Assim como muitas outras facetas do ato de representar podem ser interpeladas para se entender o que a mídia pode estar fazendo, muitos outros fazeres da mídia podem ser compreendidos a partir da(s) representação(s) que ela opera – o que parece se tentar entender, aqui, quando se é dado conta que, de fato, o que importa seria aperceber-se o que é feito com tais imagens midiáticas contemporâneas em sociedades que se valem dela; ou seja, o seu uso: neste trabalho entendido como um uso que autentifica e mantém a posição do enunciador.

Entendimentos, todavia, que ao permanecerem no relatório final que é um texto resultante de pesquisa são, por vezes, conseqüência de teimosia à revelia da oferta de possibilidades alternativas ou mesmo paralelas. Expediente, que, entre outras coisas, chama para si a responsabilidade principalmente nos pontos em que a insistência em contradições e a falta de agudez a captar as filigranas do tema são mais críticas, ainda que tenham sido assumidas como subterfúgio de exposição ao risco, para de alguma forma fazer valer o trajeto que é a marca deixada por quem o cruza. No sentido da aprendizagem de lidar com a própria controvérsia, e mais ainda com a intransigência adotada como postura em não poucos casos

---

<sup>2</sup> Idéia de “realidade em contraponto com a notícia” que foi um dos principais argumentos pelos quais a artista plástica K. Lambrecht respondeu à pergunta do crítico de arte Agnaldo Farias, em relação ao que teria dado origem ao seu trabalho tendo o sangue de animais como material pictórico, por ocasião do Ciclo de Palestras sobre a exposição ‘Lugares Desdobrados’, na Fundação Iberê Camargo, em 05.02.2009, em Porto Alegre. Para contrapor a realidade de um mercado repleto de carnes quando as notícias midiáticas eram de que grande parte da carne produzida no Rio Grande do Sul estaria embargada, a atitude da artista foi denunciar a contradição colhendo o sangue do sacrifício dos animais em matadouros. Fato notoriamente subjetivo, dado sua natureza artística, mas que lembraria a questão de denúncia metafórica de natureza semelhante à que se julga ter sido praticada por Tarkovski, para alertar, ou mesmo delatar, determinado modo de operação dos meios de comunicação midiáticos.

durante os dois anos de trabalho, é que também vale o agradecimento à orientação desta pesquisa. A gratidão, espera-se, venha no que talvez tenha desaguado a rigidez com que se tomaram certas idéias: numa contaminação (como vai ser defendida por Vattimo mais ao final do texto) da presumida objetividade em relação às imagens utilizadas e difundidas pelos meios de comunicação, e, talvez com mais sorte, no elogio que parece ser, por fim, a segunda coisa que Tarkovski faz em relação à imagem: a deferência a sua condição paradoxal: como verdade e criação ao mesmo tempo. Circunstância contraditória tal a de quem necessita de certezas para ter dúvidas (e vice-versa).

Entre contradições e insistências, por fim, o trabalho foi organizado em duas partes, ‘I - Comunicação’ e ‘II - Imagem’; cada uma delas dividida em outras duas, e cada uma destas duas, em uma série de itens. O objetivo principal, como já referido, foi o de estabelecer bases ‘comunicacionais’ (mesmo que acabassem sendo particulares para a produção desta investigação, como parece ter sido o caso – sem se ter a exata noção do quanto isso pudesse inviabilizar a seqüência do trabalho, já que baseado nestas idéias preliminares), para que então a imagem (um tipo, específico de imagem – o qual se julgou, de partida, ter o suposto ‘predomínio’ como meio de comunicação), dentro destas bases, fosse analisada. O sumário, e o andamento do texto devem melhor (ou pior) indicar as escolhas e a disposição dos argumentos. O que eles não puderem explicar, a princípio, também é criação.

### 3 PARTE I – COMUNICAÇÃO

*“O conhecimento não me atrapalha nunca, porque o ignoro. Eu adquiro a “minha” (está claro) compreensão profunda e total de um dado fato ou coisa, pela apreensão experimental dessa coisa ou desse fato. Só o que me auxilia nessa compreensão primeira, profunda e total, (pouco importa a sua lentidão, não deixa por isso de ser primeira) são uns poucos de dados filosóficos primordiais, minha compreensão da vida amoral do indivíduo e moral do homem social, meu conceito de arte e de Belas Artes, e creio que é só. Pode ser, está claro, que dados de conhecimento técnico compareçam durante este ato de compreensão total e profunda, mas eu os repudio ou ponho de lado. E só depois, só depois de ter adquirido a “minha” verdade sobre a obra de arte contemplada, que eu a... enfeito com dados do conhecimento, tanto de conhecimento geral como de conhecimento técnico”.*

Mário de Andrade

#### 3.1 CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES SOBRE O CAMPO DE ESTUDOS DA COMUNICAÇÃO

*“Cada ciência lida com um determinado domínio de objetos, de um certo tipo e modo de acesso. Tematiza esses objetos e os delimita, distinguindo-os dos que não são desse domínio”.*

Aloísio Ruedell, ‘Da representação ao sentido’

Não há como negar que a palavra ‘construção’ está obrigatoriamente presente na ciência que se tenta fazer. A afirmação de que o campo da comunicação é um campo em construção já é um lugar comum há algum tempo. Isso, porém, não o diferenciaria dos outros campos de conhecimento, nem desculparia uma possível falta de especificidade enquanto campo disciplinar de produção de conhecimento. Todos os campos de conhecimento específico estão em permanente construção. A diferença seria o tipo de construção, talvez. Em



grande parte dos outros campos, as bases teóricas específicas que apóiam suas investigações e permitem gerar conhecimento novo sólido na medida em que referido, originariamente, nas suas bases teóricas advindas de métodos de análise próprios permitem que a construção seja *reformas*, por mais permanentes que sempre sejam. Assim, no campo da comunicação, não se poderia pensar a construção como não sendo a própria (e até então sempre permanente) *constituição*<sup>3</sup> da área, nos próprios termos de base teórica e objetos que mais possam afeiçoar-se a ela, o que equivaleria dizer que parece não ter definida base específica teórico-metodológica (consensual) pela qual se pudesse identificá-lo autonomamente como área de conhecimento. Determinada incompletude sem a qual não se pode deixar de enxergar a área – o que lhe faz emanar um miasma de dúvida a respeito da natureza do edifício que constrói: se um prédio de moradores ou um hotel; e que conseqüentemente permite (ou solicita) considerações preliminares sobre ela, como as que aqui se pretende ensejar.

Todavia, admitidas as dificuldades em relação ao campo, também não há como negar ser possível identificar dentro dele núcleos institucionalizados e objetos empíricos que se afeiçoam predominantemente à Comunicação como área de conhecimento específico. Contudo, parece ser exatamente no que garantiria alguma especificidade do campo que subjazem os mais variados fenômenos e as mais variadas origens de interesses sobre estes fenômenos. Antes que se entenda a “variedade” como problema, é preciso indicar tratar-se da natureza epistemológica distinta desses interesses o que parece não especificar aquilo que se denomina “comunicação”. Rüdiger, em ‘Introdução à teoria da Comunicação’, diz que: “a comunicação não é uma ciência, mas um campo de estudos multidisciplinar, cujos métodos de análise não têm qualquer especificidade; foram desenvolvidos pelos diversos ramos do conhecimento filosófico, histórico e sociológico”. E segue: “o conceito do mesmo não dispõe de autonomia teórica: necessita ser pesquisado nos quadros das teorias da sociedade” (Rüdiger, 2003:18). Não apenas e unicamente pela constatação de Rüdiger, mas também pelas dificuldades epistemológicas básicas em termos de especificidade de consenso encontradas no campo da comunicação quando é facilmente perceptível o preponderante empréstimo de bases teórico-metodológicas a outros campos como ferramentas a dar conta de uma farta ordem de interesses diferentes que se abrigam no Campo da Comunicação, não seria difícil aperceber-se dele como um lugar sem a garantia de uma eficiência própria como base de análise a alguns problemas nele propostos.

---

<sup>3</sup> Termo ‘constituição’ utilizado centralmente por Braga no artigo ‘Constituição do Campo da Comunicação’ (2000).

Entretanto, está-se no Campo da Comunicação. Logo, a partir dele deveria ser analisado o que nele se propõe. E se se parte destas conclusões sobre o lugar de análise, a necessidade de algumas considerações sobre estas conclusões aumenta na medida em que definirão de onde se observará o que se propõe para a pesquisa. Uma investigação sobre as possíveis *razões e modos pelos quais a imagem adquire tal importância na maneira como grande parte dos seres humanos organizados em sociedade vive contemporaneamente* deveria ser conduzida à luz do que o campo em que esta investigação se coloca oferece. Se se observa que o campo em que está tem tal caráter epistemológico, teórico e metodológico variante, inespecífico e pouco consensual, a necessidade de discuti-lo preliminarmente se avulta. Pois encaminhar pressupostos básicos pertinentes ao lugar em que se está para poder empreender uma investigação talvez seja mais do que escolher aleatoriamente um ponto de vista, mas além de evitar o risco de fazer no campo em que está o que é mais bem feito numa área de origem da qual se tomariam instrumentos emprestados, seria principalmente estabelecer condições para definir o objeto a ser investigado e as perguntas a se poder fazer a ele; com efeito, a própria constituição de um problema de (para a) pesquisa.

Tais considerações de partida sobre o campo científico da comunicação ofereceriam, para o momento de encaminhamento desta pesquisa, dois movimentos a ser tomados. Um, o da adesão a um dos núcleos já institucionalmente estabelecidos dentro do campo; outro, o da tentativa própria epistemológica de base. A vantagem do movimento da adesão seria justamente o de evitar a inocuidade e pretensão do movimento epistemológico. A desvantagem, porém, poderia ser a adoção de uma fundamentação teórica exclusiva pela qual o objetivo da pesquisa poderia não necessariamente *ter que* ser enxergado; processo pelo qual o movimento da tentativa de estabelecer uma natureza própria de partida para o que se estaria entendendo basicamente por comunicação não passaria. A saída, assim, poderia ser não tomar os movimentos como antagônicos, mas complementares, e criar uma terceira via. Isto poderia ser entendido como o transitar por alguns desses núcleos estabelecidos dentro do campo, sem que a não direta adoção de todos os pressupostos de um núcleo fosse entendida como a negação deles, mas como a possibilidade de uma ‘completude’ com pressupostos de outros núcleos, também não tomados exclusivamente, desde que o norte do passeio entre núcleos fosse unicamente a fidelidade ao propósito originário da pesquisa. Não estabelecendo com isso propriamente um método, pelo menos um movimento preliminar poderia estar sendo feito em prol das condições iniciais para a empresa da investigação, além de tentar evitar uma

possível ‘pertinência lacunar’<sup>4</sup> não só a um dos núcleos que adotasse, como ao próprio campo da comunicação.

Sem a pretensão de cobrir todas as sinapses entre os núcleos e esperança nenhuma de algum tipo de definição categórica sobre o que é (ou deveria ser) feito no campo científico da comunicação, a expectativa ao se tomar esta via é a de que forneça, ainda que canhestramente, uma base *comunicacional* como ponto de vista de onde encarar o fenômeno que se procura esquadriñar. Isto é, tentativa que também é um puro aproveitamento da situação do campo – suscetível a livres abstrações prospectivas na tentativa de, antes de defini-lo terminantemente, tornar-lhe minimamente um lugar operatório, ao menos para os propósitos de investigação pretendidos nesta pesquisa.

Tal operação prévia reclamada e introduzida deste modo tem que ter claro, todavia, que não é, de fato, uma investigação teórico epistemológica da Comunicação enquanto possibilidade de campo científico a proposta genuína desta pesquisa. Mas que é, sim, um modo que se apresentou necessário para se empreender uma tarefa que propõe ter a sua validade na forma clara e distinta possível da apresentação de seus argumentos. Isto é, para tentar vislumbrar alguma *razão e modo para a imagem, como uma representação da realidade, alcançar a importância que tem contemporaneamente como meio de comunicação*, algumas considerações sobre o ponto de partida para que esta análise também não passasse de mera apreciação se tornaram obrigatórias, em prol da construção de uma base de largada para o estudo (ainda que nada garanta sua solidez).

### 3.1.1. Generalidade e subentendimento

A dificuldade relacionada à “comunicação”, que justificaria aqui o avanço sobre o assunto, seria a generalidade que o termo recebe tal a ambivalência com que se permite ser usado, inclusive dentro da área que leva seu nome (já que é um termo de uso comum e corrente no cotidiano, e por isso, aí, naturalmente polissêmico). Os possíveis acarretamentos conseqüentes poderiam ser apontados em dois: (1) o subentendimento que permite este uso do termo a diversos tipos de comunicação sem que estes sejam acusados, e, por isso, (2) a

---

<sup>4</sup> Expressão utilizada em TAVARES, Frederico de Mello Brandão. "*Entre objetos*", "*objetos no entre*": revista, jornalismo especializado e qualidade de vida. São Leopoldo: UNISINOS - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2007.

impossibilidade de especificação do lugar, fenômeno ou ponto de vista sobre o qual se esteja referindo quando apenas o termo ‘comunicação’ é utilizado, denominando assim todo um universo de coisas distintas que pode se alojar sob ele. Empecilho que complicaria o caminho de algo que se pretende como campo científico a fim de produzir conhecimento a partir da operação de seus próprios conceitos. Embora não se trate, com isso, da exigência de um sentido único ao que é designado pelo termo, pode-se considerar esta constatação a origem da tentativa de procurar um sentido básico, ainda que esta busca tenha um caráter particular (e nem poderia ser diferente) para as operações *desta* pesquisa.

Porém, ainda que porque de uma insatisfação particular o resultado desta busca de especificidade também seja particular, não haveria como negar o ônus da generalidade como o pedágio que se acaba tendo que pagar a tudo aquilo (e às áreas que estudam todas estas coisas) que subentendidamente é abrigado quando se menciona o termo comunicação – de um gesto a uma obra de arte, de um programa de tevê a uma conversa no ônibus. Sendo esta uma justificativa para a busca de uma especificidade como base operatória, também se poderia assinalar não ser por motivos muito diferentes que Martino, em “História e identidade: apontamentos epistemológicos sobre a fundação e a fundamentação do campo comunicacional”, enfaticamente aludiria à necessidade deste gesto dentro do campo, afirmando em relação à comunicação que “não se pode mais adiar a discussão de seus fundamentos, sem correr o risco de ruir sob o peso da massa de trabalhos descosidos e de suas incontáveis problemáticas e interesses” (2004:15).

Ao apontar o problema, amplamente discutido na área, que é o entendimento da composição do campo da comunicação por interfaces (com outras áreas de conhecimento afins), de onde derivaria o sem fim de problemas mal cosidos por ele afirmado, Martino estaria colocando o peso da sua exigência em relação aos fundamentos do campo na necessidade do estabelecimento desta base de saída (ou a especificidade explícita do que, particularmente, se está tomando por ‘comunicação’). Esta, vale enfatizar, reclamada e encarada aqui como condição para se poder dar início à investigação sobre a (possível) *prevalência da imagem como meio de comunicação a representar a realidade*, sob uma custódia *comunicacional*, na medida em que, especificado basicamente o que se entende por comunicação, esta imagem (que já não é qualquer imagem) pudesse passar a ser considerada um *meio imagético de comunicação* (ou meio de comunicação imagético), e se transformar num problema *de* comunicação.

Ter como necessidade de largada uma pressuposta especificidade para o que se entende por comunicação não significaria afirmar que não se possa estudar a comunicação

abrangentemente. Mas poderia significar dizer que se este fosse o objetivo, constituir-se-ia provavelmente numa empresa, além de enorme, talvez retrocedente. A comunicação, como ação geral que a palavra denomina, pode ser encontrada especificada de acordo com o que áreas de conhecimentos anteriormente inauguradas julgam pertinentes a si. A ‘comunicação’ dos animais como tema da biologia; a ‘comunicação’ entre grupos humanos pertencente à sociologia; as possibilidades de comunicação humana com o mundo à filosofia, e etc., em toda área de conhecimento já estabelecida que envolva minimamente ação tão geral dentro dos fenômenos do mundo que lhe interessem. Se se toma como princípio que o que se entende por comunicação nestas outras áreas não é o mesmo que se quer entender neste lugar que pretende investigar a comunicação de modo geral (já que é assim, ‘comunicação’ – em geral – que se denomina; e se fosse entender a comunicação do mesmo modo que nas outras áreas se entende não se justificaria a criação de um campo específico sob este nome), identifica-se uma questão anterior: descobrir, ainda que para os propósitos particulares de um (*deste*) trabalho, o que este lugar, especificamente, pode ou quer entender por comunicação.

Não seria o caso, fique claro, de negar que *qualquer* fenômeno – ente, ação, sujeito, episódio ou o que mais se queira imaginar – seja tomado como comunicativo (comunicante, comunicador, comunicacional) por um lugar que pretende estudar a ‘comunicação’, se esta for considerada ‘em geral’. Se está nítida a inocuidade em ser o objeto empírico o definidor exclusivo de uma área de conhecimento quando Martino também diz não haver “‘fronteiras’ em relação aos objetos empíricos (quanto mais em matéria de pensamento), o que faz com que a sociologia também tenha sua interpretação da subjetividade, assim como a psicologia reciprocamente tenha a sua em relação ao social”<sup>5</sup> (2004:10), haveria que se identificar aí, apenas, duas questões. Uma, já mencionada, da tarefa admirável e possivelmente anacrônica de englobar toda a coisa considerada comunicação a partir de um ponto de vista (o da comunicação enquanto área de conhecimento) que pretenda dar conta do fenômeno que toma para si, que, pela maneira como se denomina (que reflete o modo como se vê) parece tratar-se nada menos do que o fenômeno geral da (qualquer) comunicação. Outra, que deriva dessa: pelo gigantismo deliberado da tarefa, este lugar que pretende estudar a comunicação em geral deve arcar com a necessidade de conglomerar as especificidades sobre comunicação que os outros lugares de produção de conhecimento já elaboraram. Pois se o que lhe interessa é qualquer tipo de comunicação, nenhum conhecimento produzido sob o termo, por outra área, pode deixar de lhe ser caro. Tarefa perfeitamente possível, embora se deva reconhecer tratar-

---

<sup>5</sup> Milton Santos também lembra que “diante de um mesmo objeto, podemos atribuir-lhe diferentes estatutos epistemológicos, sempre lembrando de que o processo social como um todo é indivisível” (1996:76).

se de matéria de conhecimento não pouco vasta, pertencente a um grupo de áreas de conhecimento que já se ocupavam de problemas de ‘comunicação’ (especificamente dentro de suas províncias, mas que se tornam ‘em geral’ se agrupadas sob o nome ‘comunicação’) antes do surgimento de um campo de conhecimento denominado por esse nome.

### 3.1.2 Excertos da busca

Assim, sobre alguns textos que se ocupassem, na íntegra ou parcialmente, explicitamente ou não, do propósito de colocar-se sobre a questão da especificidade, ou mesmo de alguma proposta de definição à ‘comunicação’ da qual estavam tratando, foi tentada uma busca sobre esta (im)possível especificação. O que vem a seguir são alguns excertos desta procura.

Em artigo intitulado “Comunicação e filosofia hoje”, Gonçalves e Saint Clair<sup>6</sup> sugerem inicialmente que “o reconhecimento paulatino, nas diversas áreas de saber, de que a comunicação social é fator crucial de organização e desenvolvimento das sociedades ocidentais contemporâneas conduz-nos a uma urgente reflexão de caráter epistemológico” (2008:01). Na conclusão do texto, voltam à carga: “ainda que não seja necessariamente capaz, é essencial para um saber a urgência de sempre repensar seus pressupostos. Interromper-se, parar seu exercício normal em favor de uma investigação de suas próprias bases” (*ibidem*, 12). Na preocupação epistemológica dos autores, está claro seu intuito de, na medida do epistemologicamente possível, conceitualizar a comunicação para se poder falar sobre ela: estabelecer (ou criar) bases de onde poder sair, o que indicaria por onde e como se poderia avançar na construção de tal conhecimento específico que dê conta de tais fenômenos do mundo.

A proposta de Gonçalves e Saint Clair em relação à questão é uma aproximação da comunicação com a filosofia<sup>7</sup>. Nos argumentos, muito bem colocados, de uma troca de “modo” de comunicação, na Grécia antiga, da retórica para a dialética, a partir do modelo

<sup>6</sup> GONÇALVES, Márcio Souza. SAINT CLAIR, Ericson Telles. **Comunicação e filosofia hoje**. Anais da 17ª. Compôs, 2008. Também disponível na edição 36 da Revista Famecos, de agosto de 2008, no endereço eletrônico [http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/36/goncalves\\_clair.pdf](http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/36/goncalves_clair.pdf), consultado em 05.11.2008

<sup>7</sup> Bognoux, não por acaso também citado pelos autores, já tentara essa aproximação ao mencionar que “a sua maneira, a ‘comunicação’ prolonga a filosofia recolocando as grandes questões sobre a verdade, o real, a coesão social, o imaginário, a possibilidade do ensino, da justiça, do consenso, do belo, etc...” (1999:14). No entanto, além de, aleatoriamente, restringir a filosofia à certa atividade em relação a uma série ocasional de problemas, prodigiosamente sentença a algo que denomina de ‘comunicação’ – a uma ‘sua maneira’ que não há como saber qual é – a tarefa de ‘prolongar’ aquilo que contingentemente nomeou de ‘filosofia’. Sobre relações de filosofia com comunicação, ver ainda Tiburi, “Filosofia e Mídia” (2007).

socrático-platônico em oposição ao modelo sofista de discurso, se pode notar, porém, esta generalidade que o termo (e em extensão e idéia de) comunicação sofre. Quando mencionam que “o que se evidencia dessa breve incursão ao nascimento da filosofia na Grécia é que, desde os primórdios, filosofia e comunicação estão intrincadas” (*ibidem*, 07), temos a comparação entre dois termos genéricos. Mas se podemos fazer uma idéia básica do que “filosofia” pode estar designando (dado o contexto histórico; o surgimento da tentativa de uma compreensão racional dos fenômenos do mundo em oposição a até então reinante relação mitológica que se tinha com eles), “comunicação” ainda seria a própria generalidade: no sentido de uma amplidão que cabe no que significaria (qualquer tipo de) ‘expressão’, ou de processo que envolvesse uma expressão qualquer, no sentido de emissão (e a conseqüente recepção) do que se considerar informação, enquanto aquilo que ‘liga’ quem está nesta relação (de emissão/expressão – recepção/percepção).

Ao seguirem afirmando, porém, que o entrelaçamento de comunicação e filosofia “não se limita a um suposto uso instrumental da comunicação pela filosofia, como se esta necessitasse daquela para “expressar seus conceitos”” (*ibidem*, 07), se poderia inferir preliminarmente dois pontos. O primeiro é que a “comunicação”, além de estar sendo usada ainda como termo absolutamente geral, sofre uma caracterização: a de que – o que quer que seja – não deve ser (apenas) um ‘instrumento’. O segundo é que, estando vetado, pois, seu caráter instrumental, ela não ‘serviria’ à ‘mera’ expressão.

O problema é que, dada a maneira inespecífica com que ela é utilizada no texto, não restaria outra coisa para ‘comunicação’ além de ser genericamente um tipo de manifestação pela qual se dá o discurso (neste caso, filosófico), pertencente ao universo da ‘expressão’, exatamente. Isto é, do modo como os autores utilizam o termo, a comunicação, na relação com a filosofia, seria uma expressão do tipo *verbal*, simplesmente, pela qual sim o discurso filosófico é expresso. Sendo ‘através’ do qual é expresso (o discurso) não teria como a comunicação (também) ter principalmente, pois, justamente um caráter instrumental.

Quando mencionam que “realizado este breve percurso acerca da fundação da filosofia socrático-platônica ressaltando a alteração do regime vigente de comunicação...” (*idem*, 07), estão falando os autores de uma mudança de engendramento dessa *fala* (da mudança de um *modo*, ou “regime”, como o discurso *verbal* acontece): sai-se do discurso monológico (retórica sofística) e entra-se num discurso dialogado (dialética socrático-platônica). O que não se trata de uma diferença no *tipo* da comunicação a que eles vêm se referindo. Toda a filosofia de Sócrates é falada, e a de Platão, escrita e falada. Não é a outro tipo de expressão – seja retórica, seja dialética (se esta é a mudança) – como comunicação, portanto, que os

autores estão se referindo quando mencionam ‘comunicação’, se não à *linguagem verbal* (oral e escrita). Sendo, então, apenas o discurso verbal o contemplado com o uso do termo ‘comunicação’, os quaisquer outros tipos de manifestação (ou expressão), feitos por quaisquer outros possíveis *tipos* de linguagens – imagéticas, sonoras, aromáticas, gustativas, táteis – presentes ou não (pelo menos com este caráter de ‘comunicação’) no mesmo período grego –, ficam alijados da caracterização de comunicação.

Ou seja, sob a generalidade do termo ‘comunicação’, se está falando de *um tipo* específico de comunicação: a linguagem verbal, a qual é acusada pelos autores de sofrer a mudança do modo retórico para o dialético. Porém, sem que se acuse esta especificidade do *tipo* de comunicação – a verbal – como a única a qual os autores estão se referindo sob o manto genérico do termo ‘comunicação’, esta informação – fundamental – permite (é causa de) o subentendimento. Pois é salutar (mesmo que possa ser considerado uma obviedade) que se saiba que os problemas e esclarecimentos advindos da problemática que os autores propõem digam respeito a *este tipo* de comunicação – verbal – e não a todos os outros tipos de expressão que podem ser entendidas como comunicação quando só este termo é utilizado, quais sejam: todas as que não são exclusivamente verbais. Sendo o guarda-chuva da ‘comunicação’ do tamanho da sua implacabilidade, ao não explicitarem claramente que *tipo* de comunicação está-se levando em consideração para a argumentação proposta, todas as outras possibilidades estão no direito de se abrigarem subentendidamente sob a generalidade do termo que designa todas e cada uma ao mesmo tempo.

Se a afirmação inicial dos autores de que “precisamente, uma maneira profícua de tratar dessa problemática [da epistemologia da comunicação social] seria por meio de uma aproximação, sob novos prismas, dos campos da comunicação e da filosofia” (2008:02) poderia prometer a busca de determinada especificidade do fenômeno, o tratamento dado ao termo comunicação a seguir não se aparta da ampla generalidade que carrega. Ou seja, ao ficar subentendida a especificidade (que os autores imaginam que o termo tenha), poderíamos encontrar dois problemas conjugados: (1) se o máximo que podemos fazer é pressupor que ‘comunicação’ estaria a caracterizar um tipo de expressão – a verbal; (2) o encaminhamento das questões sobre essa idéia de comunicação pode ficar difuso e pouco pontual, já que se o atrela a uma idéia geral de comunicação, e não à especificidade que está subentendida. Isto é; passar-se-ia a estar tirando conclusões gerais (sobre comunicação) quando na verdade se estaria falando sobre um tipo específico de expressão enquanto comunicação (a linguagem verbal).



Francastel, ao buscar um estruturalismo próprio como método de análise da obra de arte, se depara também, mas nomeadamente, com este matriarcado da linguagem verbal, ainda que já sob outro aspecto. Em sua opinião, a lingüística teria se tornado uma espécie de matriz, fornecendo “esquemas prontos a serem utilizados pelos investigadores de outras expressões” (1983:33). Daí, “a presunção de que a linguagem falada constituiria o modelo de qualquer raciocínio coerente”. Mas é quando pergunta se “o espírito humano seria capaz de elaborar um sistema adequado do mundo, servindo-se de outra coisa que não sejam as palavras” (idem, 35), é que absolveria o subentendimento cometido por Gonçalves e Saint Clair<sup>8</sup>.

Por outro lado, com o mesmo intuito de se debruçar sobre a especificidade possível do que ocupa a comunicação, mas que passa a considerar outro ‘matriarcado’ – o da ‘comunicação de massa’ como objeto preferencial do campo – Alsina afirma ser “curioso que de todos los tipos de comunicación sea precisamente la comunicación de masas la que causa más problemas conceptuales a las teorías de comunicación” (2001:48). Ao contrário de Gonçalves e Saint Clair, porém, ele nomeia de antemão aquela especificidade que estaria subentendida na menção de comunicação como área de estudo, e dá ares de surpresa quando constata que esta seja a ‘comunicação de massa’. No entanto, o problema parece não residir no fato de que estes sejam os objetos majoritariamente invocados no uso do termo. A questão é que, mesmo quando estamos numa área que destaca os “processos midiáticos”, que seriam, provavelmente, os engendrados por esta “comunicação de massa”, como seu interesse exclusivo, os processos derivados da “mídia” em que se passa a prestar atenção ‘escapam’, como fenômenos a serem analisados, a outras áreas de conhecimento que teriam melhor

---

<sup>8</sup> A possibilidade do engendramento de sistemas (gramáticas) para que a imagem, por exemplo (entre os outros tipos de expressão que se oferecem aos demais órgãos dos sentidos corpóreos de percepção sensível), pudesse (alcançasse o ponto de) ser considerada especificamente uma linguagem a estabelecer gramáticas (sistemas) através dos quais fosse possível estabelecer relações de (para) comunicação foi, e é, tema de variadas e distintas correntes e autores. O entendimento destas sistemáticas, certamente, permitiria um envolvimento com seus pressupostos, descobrindo suas lógicas teóricas internas de funcionamento, a fim de compreender (e medir, talvez) suas capacidades (possibilidades) de se configurarem justamente em sistemas (estruturas) suficientemente organizados (e coerentes) a ponto de se oferecerem como linguagem(s) através das quais fosse possível operar relações de comunicação. No entanto, por outro lado, o investimento no entendimento (e glosa) de teorias desta natureza talvez abarque com certa satisfação de resultados um objetivo que fosse o de compreender como elas próprias se constituem – evidentemente que se levando em consideração a sua aplicabilidade teórica (e mesmo prática) em um objeto (empírico) determinado a ser investigado a sua luz. Sendo que, desta forma, *não* exatamente (ainda que possivelmente), cobriria um interesse que se funda em compreender os possíveis modos (e as possíveis razões) pelos quais a imagem poderia estar se constituindo, e sobretudo se instalando, na sociedade humana, como um preponderante (é a aposta) meio através do qual os indivíduos que nela se organizam estabeleceriam suas majoritárias relações de comunicação. Ou seja, estudar os modos pelos quais os sistemas pensados como gramáticas operacionais para o funcionamento da imagem como uma linguagem de (para) comunicação se estruturam parece não ser exatamente (ou não corresponder especificamente a) o arcabouço requisitado por um objetivo que procura propriamente investigar como, no contexto social em que a ‘comunicação’ se dá, a imagem encontra caminhos (ou caminhos são encontrados para ela) para se colocar como um operador (um meio) dos mais importantes (se não o mais) nas relações de comunicação que aí se estabelecem.

munição para sua análise, pois se passa a ter os ‘processos midiáticos’ como álibi para o interesse sobre outros problemas que têm na mídia apenas origem ou passagem.

Bougnox, por exemplo, em ‘Introdução às Ciências da Comunicação’, assinala que “para fixar entretanto as idéias, parece que um núcleo de nossos estudos reside na história das tecnologias do tratamento e da transmissão das mensagens.” (1999:14). Afirmção que confirmaria o processo eletro-tecnológico – que (entre outros) permitiu à comunicação se tornar “de massa” – como interesse do campo. Mas, em seguida, o autor ‘escaparia’, ao dizer que “a história da mídia deu a nossa *interdisciplina* objetos e um sólido terreno empírico. Mas nossos estudos interessam-se primeiramente pelos usos ou pelos efeitos simbólicos, e puxando esse fio vermelho de uma lógica da mídia, todo o social e o interpessoal vêm com ele” (1999:15). Do que se pode depreender que afora o subterfúgio do prefixo *inter* antes de ‘disciplina’, parece que, ao mencionar ‘usos e efeitos’, o autor poderia já estar em terreno que não se ocupa precisamente do “processo midiático”. É, certamente, o que decorre dele, mas não é ele, exatamente: o que justificaria o empréstimo epistemológico, teórico e metodológico a outros campos de conhecimento na medida em que o que passa a interessar não é mais especificamente os modos de instalação de um processo comunicacional (midiático), mas já o que se faria a partir dele.

Martin Barbero, ao mencionar este “dispositivo do efeito”, essencial para Bougnox, enquadra-o como uma visão “psicológico-conducionista”, no que para ele seria enxergar o processo de comunicação através de um psicologismo. O máximo a que uma discussão sobre os sentidos criados pode chegar, segundo Barbero, é à questão da “manipulação”, concepção instrumentalista dos meios de comunicação, convertendo-os em meras ferramentas de ação ideológica, ou seja: um reducionismo moralizante (1997:281). De onde também poderíamos inferir que o funcionalismo, pensado como uma teoria da comunicação na qual o estudo dos efeitos de um sistema de comunicação é um de seus principais centros de interesse, teria seu enfoque igualmente deslocado da especificidade de entender o funcionamento de um processo comunicacional desde que pragmaticamente interessado na excelência deste processo com vistas aos seus resultados.

Já sob a ótica de Sfez, por outro lado, nem linguagem verbal nem processos midiáticos garantiriam, a princípio, prevalência. Dada sua conclusão de saída, a busca da especificidade do que suporta o termo comunicação ganharia ares panteístas. Em ‘Crítica da Comunicação’, assinala que “em resumo, vivo em meio a comunicações múltiplas, que distingo umas das outras de maneira implícita.” (1992:37). O curioso de se observar de sua afirmação é que concluiria a busca (pois introduz a frase com a expressão ‘em resumo’) com o próprio

subentendimento contido no termo comunicação, na medida em que diz distinguir ‘implicitamente’ os múltiplos *tipos* de comunicação que permeiam sua vida. Isto é, praticamente sendo ‘derrotado’ por uma generalidade inerente que tem o termo na medida em que melhor que qualquer outro serve tanto para nomear o conjunto das ações comunicativas como também cada uma delas em separado simultaneamente. Em seguida, entretanto, retomando a alternativa que ora fica implícita em alguns tratamentos ora é explicitada por outros, o próprio Sfez chega a apontar a lingüística (que vai criticar, em seguida) como uma das primeiras áreas que poderia ter dado conta dos problemas de comunicação.

Porém, confirmando as tendências contraditórias em relação a qualquer mostra de um conjunto maior que englobe as tentativas de definição do que comporta a idéia de comunicação, é Mattelart quem vai bater fortemente nesta via. Para este autor, “chegou-se ao cúmulo da lingüística poder estudar as linguagens abstraindo o sujeito que fala e o referente. Estudou-se a língua, não a linguagem falada por sujeitos psicológica e sociologicamente situados”. Tudo porque, segundo ele, o “estruturalismo era uma certeza, com a qual se pensava possuir um método unitário, válido para todas as ciências, inclusive humanas” (1986:70,71). A teoria estruturalista, para Mattelart, não trabalharia satisfatoriamente o processo da comunicação, no momento em que o que daria valor às mensagens – para ele, o contexto – não estaria sendo levado em consideração na medida em que a (primeira) lingüística, por exemplo, isolaria as frases e as línguas de seus processos de produção.

\* \* \*

De tais excertos colecionados desta busca preliminar por uma possível especificidade de base, se poderia encaminhar a tentativa a partir destas considerações de Mattelart, por exemplo. Neste caso, se aventaria não tratar-se exatamente de uma lingüística para entender as estruturas daquilo pelo o que se dá um processo de comunicação. De modo a se entender que a abstração do ‘sujeito que fala’ (e do que ‘escuta’ – ou já entendidos como o que emite/expressa e o que recebe/percebe), se daria na medida em que além de não se pretender entender o fenômeno psicológica e/ou sociologicamente (a área de origem dessas problemáticas daria contas delas certamente mais bem que a área da comunicação), identificar-se-ia que o processo que interessa *comunicacionalmente* (embora conformado por fatores que atravessam esses sujeitos, mas que deveriam ser levados em conta no limite da necessidade) ocorreria *entre* eles. Não se estudaria propriamente a “língua”, tampouco a “linguagem falada”, mas o que envolve um processo de mediação, exercido através de um

meio enquanto participante (central) de um processo comunicacional. Nisto estaria implicado tomar a posição de que aspectos psicológicos e sociológicos do “sujeito” que emite (expressa) e que recebe (percebe) esta linguagem, através deste meio, não são inexistentes ou poucos influentes – são apenas *outros*, que terão seu peso pertinente conforme o foco de uma análise centrada neste “*entre*”.

Considerando como central para um (ou para este, particularmente) estudo de comunicação o interesse sobre o que há “entre” entes (sujeitos) que participam de um processo de comunicação, se poderia ressaltar outro aspecto da posição de Rüdiger no que diz respeito à comunicação, antes não referido. Em “Introdução à teoria da comunicação”, afirma que: “a comunicação representa um processo social primário, com relação ao qual os chamados meios de comunicação de massa são simplesmente a mediação tecnológica: em suas extremidades se encontram as pessoas, o mundo da vida em sociedade” (2003:17).

A proposta do autor, não por acaso a última aqui mencionada, traria quatro pontos que parecem relevantes na tentativa da escolha de uma caracterização básica a ser tomada para a comunicação. A primeira, em relação à comunicação ser entendida como um *processo social*. A segunda, em relação às *pessoas* se encontrarem nas extremidades deste processo. A terceira, em relação ao advento da *tecnologia* utilizada na produção de meios de comunicação (que por este fator, entre outros, se tornam “de massa”), e o tipo de *mediação* que passam a proporcionar. E a quarta – e talvez mais importante –, a idéia de que reside exatamente no que Rüdiger adjetiva de ‘simplesmente’ o foco de interesse específico do que aqui se deve passar a considerar ‘comunicação’; isto é: a *mudança* que ocorre no modo de mediação quando os meios para tal passam a poder ser produzidos eletro-tecnologicamente.

Desta forma, assume-se que a idéia básica de comunicação calca-se no pressuposto de entendê-la como um processo que envolve a relação de, no mínimo, duas pessoas, através de um meio – que sirva *para* comunicação – a fazer a mediação entre elas. Como recém indicado, o *entre* que interessaria a uma investigação *comunicacional* seria justamente esta mediação, entendida como ligação entre duas extremidades – pessoas – nas posições de ‘expressar’ e ‘perceber’ (esta expressão), através de tal meio. Procurar, por isso, entender o que acontece neste processo quando mudam as condições para a produção desta mediação seria um problema pertinente à comunicação. Para o propósito desta pesquisa, um problema de comunicação considerando a *imagem* como o meio através do qual se dá este processo (de comunicação). Nesta posição, portanto – de meio *através* do qual um processo entre uma pessoa que ‘expressa’ algo e outra que ‘percebe’ a expressão deste algo (as extremidades que compõe o processo): no exercício desta mediação –, que se deve tentar *entender de que*

*maneira a imagem, como meio de comunicação a representar dada realidade, adquire a importância que contemporaneamente parece ter.*

### **3.1.3 Tentativa de base: processo e extremidades (percepção e expressão)**

Milton Santos, quando procura construir uma conceituação para ‘espaço geográfico’, lembra estar buscando não “propriamente uma estrutura mitológica dos objetos, mas a construção epistemológica de um objeto de pensamento, a partir da província que nos interessa”, e segue: “a questão que se coloca é, pois, sobretudo, uma questão de método, isto é, da construção de um sistema intelectual que permita, analiticamente, abordar uma realidade a partir de um ponto de vista” (1996:76, 77). Mais que isso, ao iniciar o texto, Santos, de maneira esclarecedora (lembrando o método de Jean Brunhes, em ‘La Géographie Humaine’), convida o leitor a acompanhar e compartilhar seu caminho (intelectual) na busca de um conceito – o que são as próprias tentativas de construção da idéia que persegue (*ibidem*, 16). Ao focar, aqui, no que há *entre* os sujeitos que participam de um processo de comunicação, como um ponto de vista comunicacional na contraposição da generalidade e subentendimento antes acusados em relação ao termo ‘comunicação’, acanhada e suspeitamente a proposta de trabalho teria pretensão parecida com a do geógrafo.

Ao se assumir como base o entendimento de ‘comunicação’ como um processo que liga duas extremidades por um meio através do qual esta mediação é feita, seria preciso, pois, ter atenção a alguns pontos. O imprescindível é estar claro que tal especificação tem seu valor na necessidade da adoção de uma base de onde iniciar a investigação. Esta, por sua vez, teria necessidade na medida em que serviria como princípio operatório: entendida a comunicação basicamente desta forma, esta estrutura viria a servir para se investigar um processo de comunicação através de um meio *imagético*. Este processo, pelo qual se está caracterizando basicamente a comunicação, seria por onde a *imagem* (numa função de representar a realidade com a maior fidedignidade possível, enquanto meio de comunicação social) estaria sendo entendida como objeto de um problema cujo todo esforço haveria sido transformá-lo em *comunicacional*. Ou seja, vendo-a *entre* as extremidades do processo de comunicação, exatamente na posição de algo *através* do qual a *mediação* é feita. Algo que, pelas transformações possíveis na sua produção (e, conseqüentemente, no seu papel), talvez a

carregasse à posição contemporaneamente destacada na sociedade; fato que é o propósito verificar com esta pesquisa.

Expor, assim, um caminho que tenta caracterizar a comunicação a partir das suas possibilidades de acontecer seria diferente do de se pôr a caracterizar a comunicação a partir de como ela estritamente factualmente ocorre (de ter um objeto empírico exclusivo no qual se basearia a análise). Ao proceder desta maneira – caracterizar, como ferramenta operacional, a comunicação a partir de uma estrutura epistemológica básica, e não de uma sua ocorrência factual –, é preciso salientar tratar-se da tomada de um caminho menos empírico e mais especulativo. Nesse sentido, portanto, que se propõem considerações sobre idéias que integram a especificidade básica pela qual se está tomando comunicação. Se como ponto de partida a comunicação passa, aqui, a ser entendida como um processo (social) que através de uma meio tem feita a mediação entre suas extremidades, as considerações, também básicas (o que quer dizer que o trabalho também não é sobre elas, mas *precisa* delas para ser feito) seriam propriamente sobre a idéia de ‘processo’ e sobre o que envolve estas ‘extremidades’.

### 3.1.3.1 Processo (social)

Com a idéia de ‘processo’, todavia, deixa-se um termo amplo – comunicação – e entra-se na amplitude de outro, pelo qual se tenta caracterizá-lo. Para restringi-lo (o ‘processo, neste caso), se poderia recorrer à mesma afirmação de Rüdiger, a qual o identifica como um movimento (ação, fenômeno) que liga (conecta, coloca em contato) duas extremidades; logo, ao fazer relacionarem-se, podemos entendê-lo como um processo de *relação*. Idéia que corresponderia à de *mediação*, entendido, aqui, como aquilo que interessaria ser observado num problema de comunicação.

A idéia de um processo que coloca em relação (pelo menos) duas extremidades, através de algo que faça esta mediação entre um e outro, no entanto, ainda é de grande generalidade. Rüdiger, nesse sentido, usa a expressão ‘processo social’, o que lhe coloca em consonância com Gonçalves e Saint Clair, por exemplo, que não falam apenas em comunicação, mas propriamente em ‘comunicação social’. Corriqueiro, na medida em que poderia também estar implícito (subentendido) na menção apenas de ‘comunicação’, o termo ‘social’ traria à idéia de comunicação como um processo de relação entre duas extremidades

uma característica fundamental no estabelecimento de um ponto de vista por onde procurar entendê-la: seu caráter antropocêntrico.

Pois na definição básica de sociedade, a idéia principal é a de agregação de indivíduos em prol de um mesmo fim, sejam estes animais racionais ou irracionais. A definição aristotélica, dentre tantas outras que poderiam ser invocadas para este fim, no entanto, faz o serviço de inclinar o conceito de sociedade para os homens: “de modo muito claro entende-se a razão de ser o homem um animal sociável em grau muito mais alto do que as abelhas e os outros animais todos que vivem reunidos”, pois “somente o homem, entre todos os animais, possui o dom da palavra [que] tem a finalidade de fazer entender o que é útil ou prejudicial” (1960:12)<sup>9</sup>. Hobbes, por exemplo, ainda que com uma teoria política diametralmente oposta a de Aristóteles em relação à natureza gregária dos homens, no que interessa para o momento (assim retirado de sua teoria, sem prejuízo a ela) também evoca antropocentricamente o conceito de sociedade. Coercitiva no momento em que o contrato social transfere os direitos dos sujeitos para um estado que passa a ser soberano sobre as vontades individuais para manter a ordem e a segurança, a constituição da *sociedade* que interessa é tão somente a formada por *seres humanos*.

### 3.1.3.2 Extremidades: percepção e expressão

Além da restrição já deliberada em relação à idéia de comunicação como um processo que relaciona, através da mediação de um meio para tal, duas extremidades, afirma-se no caráter antropocêntrico do processo outra circunscrição. São os homens (como já deixava clara a afirmação de Rüdiger ao mencionar as ‘pessoas’), e não quaisquer outras entidades, os ocupantes destas extremidades. Daí, a necessidade de saber também (e também basicamente) a ‘função’ que aí exercem. Se esta relação que o processo promove entre, no mínimo, dois homens se faz através de um meio que serve *para* comunicar, supõe-se a idéia de que seja uma mensagem o que transite entre eles justamente através deste meio – trânsito desta informação (constituente da mensagem) que seria o próprio ato de mediação. Assim, isolando-

---

<sup>9</sup> Numa primeira análise, se poderia acusar o citado de estar retomando o ‘matriarcado’ do verbo, mesmo que aqui como ferramenta justificadora da superioridade da condição de ‘formar sociedade’ de quem a possui. No entanto, poderia ser entendida a referência à palavra como a possibilidade – que é só do homem – de referir, por representação, o mundo; característica, que por invocar a presença de uma consciência, o distinguiria dos demais animais.

se especulativamente um pedaço (momento) deste processo (que é intermitente, fluído, disperso e difuso, pois as mensagens podem servir para um sem fim de outros processos – que seriam observados sob *outros* pontos de vista – que não exclusivamente o *desta* comunicação entre duas pessoas), poderíamos entender uma destas extremidades como aquela que ‘expressa’, e a outra como aquela que ‘percebe’ (esta expressão).

As básicas considerações sobre estas duas pontas levam em conta muito mais a necessidade do armazenamento destas idéias como operadores de base para subsequente análise da instalação de um provável majoritário processo de comunicação *através da imagem*, do que evidentemente a discussão teórico epistemológica sobre ‘expressão’ e ‘percepção’, não comportada nesta pesquisa. Sendo o que de fato interessaria como problema de comunicação aquilo que ocorre *entre* esta uma extremidade que percebe e esta outra que expressa, ambas estas função deveriam ser consideradas no limite possível da fronteira com os pontos de vista de outras áreas que já se ocupam do mesmo conteúdo, sem perder de vista a tentativa de manutenção da especificidade comunicacional, fazendo da exclusivamente necessária busca nas áreas de interface uma visita e não uma permanência.

### 3.1.3.2.1 Percepção

Neste caso, no que toca o entendimento da comunicação como um processo entre duas extremidades, a *percepção*<sup>10</sup> pelos sentidos seria considerada básica e estritamente como uma

---

<sup>10</sup> Importante deixar claro que o uso da palavra ‘percepção’ refere-se exclusivamente a sua primeira definição constante nos dicionários: ‘ato, efeito ou faculdade de perceber’. Como ainda não fica claro, nestes termos, que esta percepção diz respeito ao exercício dos órgãos dos sentidos corpóreos de percepção sensorial, a definição do verbo ‘perceber’, que forma o substantivo, acode: ‘adquirir conhecimento de, por meio dos sentidos’. Outra alternativa seria recorrer à primeira definição do verbo ‘sentir’, na qual fica marcada a referência ao ato dos sentidos: ‘perceber por meio de qualquer órgão dos sentidos’. Daí, pareceria ser mais apropriado, ao invés de ‘percepção’, o uso do substantivo derivado do verbo ‘sentir’: ‘sensação’, cuja primeira definição é fisiológica: ‘processo nervoso que se inicia num órgão receptor quando este reage especificamente a um estímulo externo e se estende ao cérebro’, e cuja segunda definição é cognitivista: ‘processo sensorial consciente correlacionado com um processo fisiológico, e que proporciona ao homem e aos animais superiores o conhecimento do mundo externo’. Ambas as definições permitiriam o uso do substantivo ‘sensação’ com a idéia de referir o conhecimento do mundo exterior via órgão dos sentidos. No entanto, a quarta definição de sensação: ‘surpresa ou grande impressão devida a um acontecimento raro’, bem como a quinta definição: ‘comoção moral; emoção’, dada a força que têm no uso corrente do substantivo ‘sensação’, mais do que as definições que mencionam os atos fisiológicos, fez com que se utilizasse, para referir o conhecimento do mundo exterior via órgãos corpóreos dos sentidos, o termo ‘percepção’. À ambigüidade que ‘percepção’ possa causar, já que ‘perceber’, nas definições posteriores, também designa ‘formar idéia’, ‘abranger com inteligência’, ‘compreender’ e ‘notar’ – idéias que extrapolam o estrito ato dos sentidos como condição básica para se adquirir informações do mundo exterior –, lembra-se que o substantivo ‘apercepção’, na sua segunda definição, significa: ‘faculdade ou ato de apreender de pronto pela consciência uma idéia, um juízo; intuição’. Portanto, o uso de ‘percepção’, aqui, refere-



função sem a qual o processo não aconteceria. Compreendida essencialmente como faculdade exclusiva de receber os dados (informações) do mundo exterior através dos órgãos corpóreos sensoriais, se coloca como condição para a ocorrência de um processo de comunicação.

Evidentemente, a relação de um indivíduo com o mundo exterior é tema de análise de um punhado de áreas de conhecimento, sob diversos pontos de vista. A questão da correspondência entre cada um dos fenômenos passíveis de serem percebidos, e as possibilidades do homem de acessá-lo, ou apreendê-lo, tal como são na sua objetividade é um dos marcos da origem do pensamento que passa a se propor teórico. Desde o caráter datadamente filosófico a esta questão impregnado quando um dos fragmentos de Heráclito<sup>11</sup>, por exemplo, é o da argumentação de que o conhecimento sensível é enganador e deve ser superado pela razão (Bornheim, 1999:36), o problema ramificou-se por áreas de estudos derivadas e afins. A tradição do que se passou a chamar de filosofia (sendo que outras áreas de conhecimento teriam tanta ou provavelmente mais específica pertinência para tratar do assunto da percepção sensível), contudo, seguiu tratando sua gênese como uma questão de teoria do conhecimento. Num dos centros que mantém a origem desta discussão (empiristas ‘contra’ inatistas), se poderia tentar compreender no que tais considerações serviriam para um entendimento da comunicação como um processo em que uma das condições parece ser este papel perceptivo de uma de suas extremidades. Locke e Descartes, em suas respectivas teorias sobre as possibilidades de conhecimento, têm na idéia de percepção humana através dos sentidos corpóreos chave fundamental para suas doutrinas. O interessante notar em seu pensamento, a despeito dos antagonismos que estabelecem sobre as possibilidades de origem do conhecimento humano, é o caráter funcional dos sentidos como operadores condicionais do acesso ao mundo extra individual.

Em ‘Um ensaio acerca do entendimento humano’ (1690), a argumentação de Locke leva a crer que antes da experiência, a mente não é nada senão a mente. É necessário recolher passivamente as idéias que vêm dos sentidos, para que a mente possa operar com elas, formando novas idéias (as idéias complexas, que não criam novos conteúdos, apenas juntam o das idéias simples, provenientes dos sentidos). A intenção, para um problema de comunicação, é a de que assim como a experiência do mundo sensível seja tão importante para se analisar a forma de conhecimento que pode ser produzido a partir delas pela mente, os

---

se tão somente à primeira definição do verbo do qual origina: ‘adquirir conhecimento por meio dos sentidos’, sendo que ainda poderíamos trocar ‘conhecimento’ por ‘informação’ – tema que voltará a ser mencionado na nota 21. Outra solução possível e simples seria utilizar uma expressão composta – ‘percepção sensível’ – que daria a idéia exclusiva de sensação ao termo percepção; porém, entende-se que o ‘sensível’ esteja implícito no modo como ‘percepção’ é utilizado aqui.

<sup>11</sup> Heráclito de Éfeso, filósofo pré-socrático (500 a.C., aproximadamente).

dados (a informação) captados do mundo através dos sentidos corpóreos de percepção seja condição básica para se compreender a comunicação como um processo (de ligação/mediação entre duas partes).

Se, para Locke, sem a sensação não há como a mente ter conteúdos, para Descartes, precisamente na ‘Meditação Segunda’ (1641), a sensação não parece ser mais um ato praticado unicamente pelos órgãos sensoriais, e é a mente, então, que, de alguma forma, se dá seus próprios conteúdos. Cartesianamente, a percepção não é, e jamais foi, uma visão, um tatear, ou mesmo uma imaginação, “mas somente uma inspeção do espírito” (1983:97). Descartes crê, fundamentalmente, constituir-se como um ser que pensa, e que, por isso, aquilo que nele se chama sentir, “tomado precisamente, nada é senão pensar” (*ibidem*, 95). Ou seja, ao contrário (e antes) de Locke, no que pode ser considerada uma análise puramente lógica da formação do conhecimento humano, o pressuposto cartesiano baseia-se em que a pura afecção não nos dá o conhecer, e que o que é próprio dos sentidos não é constitutivo da coisa, que só pode ser apreendida pela mente.

Advertida a contraposição entre ambos os autores, para um problema da especificidade do processo pelo qual podemos estar entendendo ‘comunicação’, a questão pára no que se refere à operacionalidade física da percepção exercida pelos sentidos. Enquanto para Locke é por eles que a mente se abastece de idéias que irão formar o conhecimento, para Descartes a sensibilidade deve ser absorvida pelo (e se tornar uma atividade do) entendimento, que se ainda opera algo (a sensibilidade) é no fornecimento de sinais das coisas, em que a afecção corpórea não é nada mais do que reação físico-química. Contudo, nem Locke ao afirmar que a mente é uma tábua rasa dependente do exercício dos sentidos está ignorando uma estrutura mental, nem Descartes ao menosprezar a afecção está ignorando determinada função aos sentidos corpóreos de percepção. O que permanece dos dois autores é a constatação (ilustrativa) da função dos sentidos como condição de acesso ao mundo<sup>12</sup>, sendo premissas para ambos, representantes genuínos de correntes antagônicas a conferência à faculdade de percepção dos órgãos sensoriais o papel de ‘porta de entrada’ das informações do mundo exterior. Num processo de comunicação entendido como a mediação entre duas extremidades (principalmente *através da imagem*, que é o que interessa aqui), o exercício físico-corpóreo

---

<sup>12</sup> Adauto Novaes, em “De olhos vendados” (do volume *O Olhar*, 1997), faz um relevante levantamento, sob a tônica da visão – em relação às considerações de diversos autores, em grande parte advindos da filosofia, de variados momentos da história –, sobre os sentidos como condição de acesso ao mundo. À página 9, lembra a ênfase dada por Aristóteles, na *Metafísica*, à visão como principal acesso humano ao mundo, e na página 15, a enfática posição de Epicuro em relação aos sentidos como única possibilidade de aquisição de conhecimento, no que vai lembrar consideravelmente a proposta de Merleau-Ponty de uma posição fenomenológica, na tradição de Husserl.

dos órgãos dos sentidos, operados pela visão, audição, olfato, paladar e tato, se coloca, assim, como base condicionadora fundante para a própria ocorrência do processo.

A abrangência desta concepção, todavia, ainda é imensa na medida em que dá a idéia de percepção como porta de acesso a toda a sorte de coisas que possa ser alcançada pela ação perceptiva dos sentidos. Nesse sentido, Jakobson, em “Linguística e Teoria da Comunicação”, alertava que “Mckay nos previne contra a confusão entre a troca de mensagens verbais e a extração de informação do mundo físico, duas coisas que foram abusivamente unificadas sob a etiqueta de “comunicação” (1999:81). Quer dizer; que a percepção seja uma condição, como função de uma das extremidades, para que o processo ocorra, não há problemas; há que se considerá-la, no entanto, como participante de um processo de comunicação (na concepção aqui pretendida) quando percebe uma expressão emitida, através de um meio, engendrada *para* comunicar.

### 3.1.3.2.2 Expressão

À *expressão*<sup>13</sup>, portanto, como a função condicional da outra extremidade do processo de comunicação, sem a qual ele não seria possível, como aqui se quer entender basicamente, caberia o papel de determinar um traço desta emissão. Este tipo de emissão se caracterizaria não como uma expressão “comunicativa” qualquer (ou “geral”, como pode ser considerada a ‘expressão’ de tudo aquilo que é acessado pelos sentidos), mas uma emissão que se constituiria numa expressão com a ‘intenção’ de comunicar (ou, produzida *para* comunicar). Caso contrário, demais fenômenos inerentemente expressivos, desde um espirro, passando pelo choro do bebê, até um movimento involuntário de dedo, por exemplo, também poderiam ser objetos (fenômenos) suscetíveis a um ponto de vista comunicacional a que se tenta dar certa especificidade. Assim, uma característica que, especulativamente, se poderia fornecer a esta expressão seria a de “intencionalidade”<sup>14</sup>. A expressão com a ‘intenção de comunicar’ seria a que, junto à percepção que acessaria este tipo de expressão, comporia basicamente o processo de comunicação como aqui se quer, a título de base (para saber afinal de quais fenômenos específicos se estará tratando) forjar.

<sup>13</sup> O uso deste termo, aqui, é tão lato quanto o de ‘percepção’, recém referido.

<sup>14</sup> Termo que tem as suas cargas de significado relativamente específico quando já é operador teórico fundamental de outros autores, como, por exemplo, John Searle (“Intencionalidade”) e Merleau-Ponty – caso em que a intencionalidade está no ato perceptivo (“Fenomenologia da Percepção”), entre outros.

É claro que seria preciso sonhar com uma intencionalidade muito específica (no sentido de informacionalidade, talvez) para segurar o peso da idéia de intenção como característica definidora da expressão que compõe um determinado (o que interessaria, aqui) processo de comunicação. A caracterização da intencionalidade da expressão, entretanto, viria especificar (qualificar ‘comunicacionalmente’) a percepção no tocante a sua participação num processo de comunicação. Do mesmo modo que a percepção, ao acessar, como participante do processo, as expressões com a intenção de comunicar, especificaria estas como ‘comunicacionais’ dentro do universo geral (e inerente, das coisas que aparecem) de expressões.

Deste modo, poderia estar posta uma vacina (certamente com efeitos colaterais e sem garantia de eficiência) a prevenir que não é porque a percepção trabalha sobre tudo aquilo que os órgãos corpóreos dos sentidos alcançam, que qualquer coisa percebida seria considerada participante de um processo de comunicação; mas que todo processo de comunicação teria (necessariamente) a percepção como uma de suas condições. Da mesma forma, não seria porque tudo com o que os nossos órgãos dos sentidos entram em contato pode ser considerado inerentemente expressivo que todas estas coisas participariam de um processo de comunicação (como se está querendo entender aqui), mas apenas aquelas expressões intencionalmente comunicativas (ou comunicacionais), isto é; expressadas ‘com o intuito’ de que sejam percebidas como parte de um processo de relação que visa à comunicação. Pois se tudo, ao ser expressivo (no caso da consideração de que meramente existir, ou aparecer à percepção, já é expressar), comunica do ponto de vista de interesse de uma área de conhecimento denominada comunicação, o imperialismo desta ciência seria sua própria impossibilidade.

Esta expressão, portanto, para ser intencional, seria já o engendramento de algo (uma mensagem) emitido com a intenção (e função) de comunicar. Eco define que “... todo o processo de comunicação entre seres humanos [...] pressupõe um sistema de significação como condição necessária” (1976:06). Propõe também que todo sistema de significação é autônomo em relação ao um destinatário e a sua interpretação do sinal recebido, pois “basta que o código estabeleça uma correspondência entre o que está para e seu correlato”, que seria válida a qualquer ou a nenhum destinatário. De onde poderíamos inferir que se a significação não é nela mesma intencional (já que basta uma correspondência do que está no lugar com o referente, mas nada exige que esta tenha um propósito intencional comunicacional aparente), e se todo processo de comunicação entre os homens tem o sistema de significação como condição necessária, é o *uso* intencional desse sistema (de significação) como (a prática de) expressão

intencionalmente comunicativa que estabelece aquilo que se pretende aqui compreender como parte do processo de comunicação entre duas extremidades (humanas).

Milman (1998)<sup>15</sup>, referindo-se a Putnam, lembra que “... a atribuição de referência a um símbolo cognitivo é determinada pelos propósitos com os quais este símbolo é usado”. Evidentemente, o choro do bebê, o movimento do dedo, o espirro têm um ‘propósito’ em sua expressão, mas não poderíamos chamá-lo de intencionalmente comunicacional na mesma medida de uma frase, um desenho, ou um gesto, quando produzidos intencionalmente *para* serem *através* do que se quer especificamente comunicar algo. “Não é verdade que me refiro a uma árvore quando profiro a palavra “árvore” simplesmente pelo fato de ter proferido a palavra “árvore””, pois poderia estar fornecendo um exemplo de proparoxítona, analisa o autor, qualificando o uso do símbolo (nesse caso a palavra) num processo de comunicação, em que a expressão tem determinada intenção.

Se um japonês pronuncia a palavra ‘boi’, sem saber o que ela designa, está expressando algo que tem certamente seus significados para alguém que o perceba (este indivíduo produz sons com a boca, por exemplo). Mas seria preciso diferir os graus de intencionalidade e talvez achar um limite para quando se pode passar a considerar tais tipos de expressão como o que se deseja chamar de parte de um processo de ‘comunicação’, ainda que possa não passar de sonho, ou pretensão descabida.

### 3.2 MEDIATIZAÇÃO

*“O real não está nem na chegada nem na saída.  
Ele se dispõe pra gente no meio da travessia”.*

J. G. Rosa, 'Grande Sertão: Veredas'

Básica e especulativamente definidas as partes do que aqui se pretende entender como comunicação – um ‘processo’ que liga/relaciona ‘extremidades’, que são as pessoas –, pode ser possível avançar ao que comunicacionalmente interessaria neste processo. Isto seria se debruçar sobre o que está *entre* as extremidades que se relacionam, logo, o *meio* utilizado para fazer esta ligação, que é uma relação de comunicação, desde que o meio é utilizado na intenção de comunicar, estabelecendo assim, uma mediação entre as extremidades envolvidas.

<sup>15</sup> MILMAN, Luis. **Imagens e Representações: a Intransparência Cognitiva dos Ícones**. Revista digital ‘Intexto’: <http://www.intexto.ufrgs.br/v1n3/a-v1n3a5.html>, acessada em 15.11.2008

Na definição de Rüdiger, os “chamados meios de comunicação de massa” eram “simplesmente a mediação tecnológica”. Nesta pesquisa, estes meios avultam-se como o objeto de interesse – aquilo que possivelmente (ao lado de outros fatores que o condicionam e extrapolam, certamente, mas que não são exatamente comunicacionais, como condições sociológicas, psicológicas, econômicas, políticas etc.) acaba por ‘dar o tom’<sup>16</sup> de uma relação de comunicação. Novas características do meio que exerce a mediação, que surgem a partir da sua possibilidade de ser produzido com um novo tipo de tecnologia, e que exalariam o que advém destas novas formas a todo o processo de relação.

Evidentemente está claro que no momento em que há qualquer mudança no meio através do qual se dá uma relação, esta automaticamente se transforma; o caso específico aqui é tentar compreender o que, como e por que mudaria este processo de comunicação quando o meio, pelo tipo de avanço da tecnologia<sup>17</sup> nele empregado, se transforma no que se passa a chamar de mídia. Neste sentido, vale lembrar o papel significativo que Rüdiger lança à tecnologia, ao mencionar o seu surgimento, no início do século XX, como o propulsor do desenvolvimento da comunicação como matéria de reflexão (2003:15). Tecnologia (também ao lado de outros fatores que a condicionam), que é fator fundamental, quando empregada na produção de um meio utilizado para comunicar, para a mudança nesta relação de comunicação, entre aquele que se vale deste meio através do qual expressa algo a aquele que percebe tal expressão (com a intenção de, especificamente, comunicar) através deste meio.

### 3.2.1 Meio e mediação (eletro-tecnológica)

A inserção desta nova tecnologia permitiria, novamente, que se saia de um termo geral – *meio* – e se entre em outro aparentemente tão geral quanto: *mídia*. Numa consideração que cita este termo e tenta, ao mesmo tempo, apontar um ‘tipo’ de processo de comunicação a interessar, Braga afirma parecer, para ele, serem os “estudos sobre a mídia e seus processos” o que consistiria o “núcleo de aceitação mais generalizado” (2004:03) dentro do campo da comunicação. O próprio autor sabe, todavia, que se inaugura uma nova questão: “o que pode

---

<sup>16</sup> Expressão utilizada por Braga no texto “Midiatização como processo interacional de referência”, 2007, p. 02.

<sup>17</sup> Ainda que na definição de ‘tecnologia’ jamais apareça características como eletricidade, ou informática, por exemplo, a idéia, quando mencionada em relação aos meios de comunicação, é que a tecnologia, como ‘conhecimentos aplicados a determinada atividade neles empregada’ seja de ordem mecânica, elétrica, ou eletrônica.

ou deve ser considerado ‘mídia’”. Mas antes de se colher facilmente uma coleção de definições sobre o tema, características básicas sobre ele podem ser encontradas. Verón, por exemplo, é um dos autores que trata esta característica, tecnológica, como fundamental para demarcar o que lhe interessa enquanto estudo de comunicação. A fim de entender “o que chamamos de meios de comunicação social”, afirma que

para que a noção de meio de comunicação possua uma especificidade historicamente interessante, evitando uma pertinência tão ampla que termine incluindo todos os avatares simbólicos da humanidade, convém associar o princípio de produção tecnológica das mensagens (1997:10).

É interessante atentar que Verón introduz esta caracterização sob o motivo de “aclarar razoavelmente o que podemos entender por midiatização” (*ibidem*). Isto é; intrínseca e obviamente ligada à idéia da tecnologia servindo (criando) novas possibilidades de (meios de, ou *para*) comunicação, advindo do termo mídia, está a idéia de midiatização – o que inauguraria outro termo (e outro problema de entendimento, ou de conceituação) a se dar conta. Termo (que demanda uma idéia, que demanda um conceito) que vai encerrar, ao que parece, as características específicas do que se vai tentando entender como comunicação até aqui: processo social humano de relação englobando a percepção de expressões intencionais a partir de meios de comunicação eletro-tecnológicos, que justamente operam esta ligação (ou fazem esta mediação).

Gomes, ao introduzir a idéia de midiatização, tenta recuperá-la de onde partiria: o conceito de mediação. Para o autor, a midiatização, entendida como “um novo modo de ser no mundo”, ou “uma nova ambiência”, “supera o conceito de mediação, mesmo sendo este mais que um terceiro elemento que faz a ligação entre a realidade e o indivíduo via mídia” (2006:113, 114). Mas é Sodré, no entanto, quem propõe claramente a passagem de mediação para midiatização: “... está presente na palavra mediação o significado da ação de fazer ponte ou fazer comunicarem-se duas partes”, enquanto midiatização seria “uma ordem de mediações socialmente realizadas caracterizadas por uma espécie de prótese tecnológica” (2006:20).

Dos dois autores, em comum o que essencialmente permanece é mesmo a idéia de um processo de relação entre duas coisas. Enquanto Sodré fala em “ponte” a ligar “duas partes”, Gomes é mais direto ao mencionar que a “ligação” se dá “entre a realidade e o indivíduo”. O fim da frase de Gomes e o fim da frase de Sodré parecem, então, fechar outro círculo: enquanto um diz que a ligação acontece “via mídia”, o outro praticamente a caracteriza: “uma

espécie de prótese tecnológica”. Um ‘meio’, portanto, virado ‘mídia’ ao assumir características ‘tecnológicas’, a ‘ligar’ ‘duas partes’: a ‘realidade e o indivíduo’ – ou mais do que isso, uma mensagem que expressa a representação de uma realidade, produzida por um indivíduo, via mídia, para ser percebida por outro indivíduo, através desta mídia.

Deste modo, a procura seria por aquilo que esta eletro-tecnologia que o meio adquire passaria a ‘armar’ numa relação de comunicação através de um meio/mídia produzido com esta característica. Justamente, talvez, o que pudesse ser entendido de uma das questões das quais parte (se não a que fundamenta sua busca) Augè, em “Guerra dos Sonhos”, quando, para compreender o que chama de ‘ficcionalidade’ que afeta a realidade, afirma que **“a questão particular diz respeito ao fato de saber o que acontece com nossa relação com o real quando mudam as condições da simbolização”** (1989:15). Ainda que não cite nesta frase o termo tecnologia, é dela que vem falando como principal fator a instaurar essa mudança de relação entre o ‘real’ e o indivíduo: “... a relação global dos seres humanos com o real modifica-se sob o efeito das representações associadas ao desenvolvimento das tecnologias...”. Assim, dois termos têm importância nas considerações do autor: a ‘simbolização’ que parece estar sendo utilizada mesmo com a função, ao menos na origem, de ‘representar’; e o ‘real’, que antes de se precisar estabelecer uma discussão conceitual a respeito do que poderia estar sendo elencado com o termo, parece que quer se referir pura e simplesmente à realidade como mundo exterior ao indivíduo que percebe. Ou seja; o ‘real’ chega (é percebido) pelo indivíduo através de uma ‘representação’ (simbolização) feita (produzida e transmitida) por outro indivíduo que a expressa através de um meio – agora mídia – de (*para*) comunicação. Esta mudança, de meio para mídia, então, que introduz as características eletro-tecnológicas nesta relação, e pode, por isso, passar a ser um elemento (mais) ativo a mediar (ou mediatizar) esta relação (de comunicação).

Augè, desta maneira, de algum modo resumiria o posto até aqui. Se se tende a compreender (para os propósitos aqui estabelecidos) que a comunicação é um processo de relação social humana baseado na percepção de informações expressas com intencionalidade para comunicar, e que se desenvolve como disciplina de estudo de fenômenos específicos no mundo a partir do advento das tecnologias mecânicas e eletro-eletrônicas que permitem a criação de meios de comunicação com essas características, o que sói em tentar entender é o quê, no processo (de comunicação), pode mudar quando o que lhe faz acontecer (enquanto a comunicação ‘de massa’ que essa tecnologia permite, e não apenas como uma conversa face a face) é este tipo de meio, que caracterizado pela eletro-tecnologia, se transforma em *mídia*. Isto é: que papel, e com a geração de quais características no processo de comunicação



(entendido como mediação, que também tende a se caracterizar como midiaticização) entre indivíduo que expressa uma representação de realidade para outro indivíduo que a percebe, têm esses meios eletro-tecnológicos de comunicação.

Quando uma das possíveis respostas a essa questão é a de Sodré, ao dizer que “a mídia é estruturadora ou reestruturadora de percepções e cognições, funcionando como uma espécie de agenda coletiva” (2006:22, 23), duas direções são apresentadas. Há uma menção à questão da percepção (e cognição), que se ‘reestrutura’ (a partir da inserção da tecnologia no meio de comunicação)<sup>18</sup>; e há uma menção à questão de ‘agenda coletiva’, que refere o que toca ao contexto do comportamento social em relação a (ou ‘causado por’) este meio de comunicação tecnológico.<sup>19</sup>

Parece, pois, que o problema poderia se dividir em duas vertentes, identicamente necessárias de serem entendidas na medida em que fornecem o elo do contexto. A **primeira** vertente seria referente às possibilidades de produção e transmissão de mensagens derivadas do avanço (eletro) tecnológico, que dão ao conjunto dos operadores destas (produções e transmissões) *características específicas em relação a sua posição na organização social* (os produtores destas expressões se veriam com um determinado ‘poder’; baseado nas possibilidades de alcance, instantaneidade e simultaneidade de transmissão, por exemplo). E a **segunda**, seria em relação às *possibilidades de modos de representação da realidade*, que se modificam e se aprimoram com o avanço da tecnologia para sua produção; isto é, como se engendram as expressões das mensagens, a partir do momento em que se vêem dentro de um campo de atividade com determinado ‘poder’ de produção e transmissão destas mensagens – dadas as possibilidades tecnológicas com as quais passam a ter a possibilidade (oportunidade) de produzir e transmitir suas mensagens. Esta, a ser analisada especificamente em relação à imagem como o meio/mídia através do qual a mediação/midiaticização é realizada.

Resumindo, a primeira vertente a se analisar seria o ‘campo’ que a tecnologia de produção e transmissão de mensagens permite que se construa, composto por determinadas

---

<sup>18</sup> Na verdade, não seria exatamente a idéia da percepção se reestruturar, mas passar a perceber novos tipos de expressão, que surgem a partir de suas possíveis reestruturações em função das possibilidades que a eletrotecnologia traz para sua produção e transmissão, e então se oferecem aos sentidos de percepção humanos, que permaneceriam funcionalmente os mesmos. Ponto a ser discutido em seguida na citação de Rodrigues.

<sup>19</sup> Grande parte das discussões da Escola de Frankfurt trataria do que poderíamos considerar um desenrolar desse ‘poder’ que a tecnologia confere aos meios de comunicação, e como isto aconteceria no âmbito social. Rüdiger, por exemplo, em texto que fornece um panorama deste contexto (“Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural. Comunicação e teoria crítica da sociedade”), lembrando o discurso de Adorno com relação à indústria cultural, menciona que “a preocupação primária não é com as massas, nem com as técnicas de comunicação, mas com o espírito que lhes é insuflado” (2004:28); isto é; a preocupação dos estudos, para além da ‘técnica’ propriamente dita, centrado nas possibilidades e impossibilidades de autonomia geradas a partir do uso dela pelo indivíduo inserido na sociedade na qual este tipo de comunicação ‘acontece’.

‘regras’ (ou ‘demandas’, que surgem a partir da incorporação das novas eletro-tecnologias nos seus afazeres); e a segunda vertente seria (provavelmente ‘dentro’, ou ‘em função’ dessas regras) um (novo) *modo* (linguagem, talvez) de expressão das mensagens, baseado nas possibilidades tecnológicas (que são o que permite o surgimento de um ‘campo de comunicação’, formado pelos agentes produtores das mensagens veiculadas pelos meios tecnológicos de comunicação social). Evidentemente que ambas as vertentes não só se misturam nos seus processos, como dependem intrinsecamente uma da outra. Mistura que também ocorre na tentativa de elucidação de cada uma.

### **3.2.2 Autonomização dos campos sociais, e do campo da mídia**

O advento da tecnologia nos meios de comunicação permite que os produtores de mensagens através destes meios constituam um campo próprio que dá conta dessas atividades. A princípio, poderíamos chamar este campo de campo da comunicação (ainda que se confunda com o campo dos estudos da comunicação (social)). Se se entende que a inserção da tecnologia nos meios transforma estes em mídias, e compreende-se, nesse caso, comunicação enquanto o processo de relação humano que se dá através destas mídias, poder-se-ia, a princípio também, considerar este ‘campo’ como o ‘campo da mídia’<sup>20</sup>, cuja ação (processo que desenvolve, ou desencadeia), traria a idéia de ‘processos midiáticos, e, mais adiante, a de ‘mediatização’.

Para compreender estas duas idéias fundamentais que se cruzam – campo e mediatização – podemos recorrer a Rodrigues quando trata das possibilidades de “autonomização do campo dos media” (1999). As considerações do autor também iniciam com um pressuposto geral, e passam a analisar, desde uma origem, as suas possibilidades de construção. O autor parte da constatação da generalidade de que “tornou-se lugar comum dizer que vivemos hoje numa sociedade midiática [...] alguns autores falam em sociedade da informação”, para analisar que hoje, o entendimento que temos do mundo “tornou-se dependente de complexos e permanentes dispositivos de mediatização”.

---

<sup>20</sup> Neste caso, seria importante perceber como o termo ‘mídia’ pode estar trocando de referente. Se recém nomeava um meio de comunicação que ganha características eletro-tecnológicas, agora, dentro de uma expressão como ‘campo da mídia’, ainda que seja em função desta recente nomeação ao material, já passa a referir um certo ‘fazer’; isto é, quando dizemos ‘a mídia’, não nos referimos mais ao material específico ‘esta mídia’ – um aparelho de televisão ou de rádio, por exemplo, ou mesmo o ‘meio’ no qual (pelo qual) será veiculada uma mensagem –, mas o conjunto deles é que está referido na palavra, ou mais: especificamente o ‘fazer’ geral que se institui pelo o que é feito destes através (e em função) destes aparelhos. Ver Rodrigues (1999:26).

Embora de fato pareça uma sucessão de afirmações relativamente já conhecidas, há idéias nas premissas de Rodrigues que talvez organizem o contexto que se tenta formar aqui, já que até chegar ao tema do campo, e da possível autonomia de um campo ‘dos media’, o autor passa por outras noções relevantes. Na primeira delas, sobre a *percepção*, além de classificá-la como dependente de dispositivos de mediatização, afirma que estes (que também chama de ‘dispositivos técnicos de mediação’) são o que cada vez mais “ajustam a nossa percepção do mundo as suas capacidades de simulação”. No entanto, se se considerar apenas o sensorialmente funcional da percepção (como a faculdade de perceber através dos cinco sentidos corpóreos para tal), poderíamos pensar que não parece ser exatamente a percepção que se ajusta (os cinco sentidos continuam tendo as mesmas capacidades próprias de percepção física), mas os modos como as mensagens chegam até ela [percepção] que sofrem mudanças de acordo com as possibilidades técnicas com que passam a poder ser produzidas e transmitidas (expressadas). Nesse caso, faria mais sentido o que Rodrigues diz a seguir, em relação à “administração pública, empresas, família, indivíduos”, que “passam a depender do funcionamento de todo um conjunto de dispositivos que os põe em contato permanente e quase instantâneo com o mundo dos negócios e da cultura”, e mais, “que organizam as atividades de lazer, o comércio e as relações sociais” (1999:01). Ou seja, seriam propriamente estas instâncias que se ‘ajustam’, no sentido de se organizarem, ou criarem dependência, em função das características das mensagens via meios eletro-tecnológicos de comunicação (que são dadas a sua percepção) – e não propriamente a percepção na função sensorial dos seus órgãos dos sentidos, que permanece com suas capacidades perceptivas inalteradas, ainda que novos modos de expressão (que se ajustam à mídia) passem a se oferecer a ela.

Seria, pois, pela faculdade de percepção (do indivíduo, que é quem forma as instituições), isto sim, que tais instituições citadas podem adquirir a característica de se organizar em função das mensagens produzidas e transmitidas por esses meios, que, em função da capacidade tecnológica, avançam em termos de *alcance*, *instantaneidade* e *simultaneidade* da expressão da mensagem. É no sentido desta relação das instituições sociais com a potência de veiculação de mensagens que Rodrigues arma as bases para a idéia de “caracterizar o nosso tempo como a época da autonomização do campo dos media” (1999:02). A principal de suas premissas é que isto relacionaria o “**atual domínio da informação mediática com as transformações que ocorrem no âmbito da experiência moderna do mundo**” – o que poderíamos relacionar, em seguida, com uma idéia de mediatização.

Do mesmo modo que citando anteriormente a percepção, Rodrigues faz uma breve incursão pelos sentidos para dar conta da idéia (essencial para sua argumentação) de

experiência moderna do mundo. Sobre eles, afirma que “a experiência diz que tenho que confiar nos meus sentidos para poder sobreviver, não só enquanto indivíduo, mas também enquanto membro da espécie humana...”. Sobre os sentidos, tal a idéia de que seja através deles que a percepção se dê (advogada aqui), Rodrigues segue afirmando que “os órgãos dos sentidos são dispositivos naturais [...] já chegamos ao mundo apetrechados com eles [...] os dispositivos naturais constituem o primeiro sistema mediático” (1999:07).

Outra ressalva, no entanto, poderia ser feita em relação à constituição de um ‘primeiro sistema mediático’ pelos sentidos entendidos como dispositivos naturais. Seria perfeitamente possível associá-los a uma idéia de mediação, como já visto, já que eles são propriamente um meio (orgânico) pelo qual acessamos as coisas no mundo, entre as quais uma expressão com a intenção de comunicar; porém, não pareceria ser condizente associá-los exclusivamente a uma idéia de ‘sistema mediático’: formado somente por eles. A percepção, entendida como a função (física, sensorial) dos sentidos, seria apenas uma parte de tal ‘sistema mediático’, se o considerarmos no sentido de (sistema de) comunicação como um processo de relação “em que nas extremidades estão as pessoas”. A outra parte de um processo de relação, tão relevante quanto, seria a da expressão, que definitivamente não é exercida pelos sentidos: seus órgãos – olhos, ouvidos, narinas, língua, pele – expressam muito pouco em termos de linguagem articulada. O instrumento da expressão, assim como estes órgãos dos sentidos são os da percepção, estaria muito mais próximo, provavelmente, de uma idéia de linguagem, composta por elementos (signos) e pelas regras através das quais são utilizados, expressados pelos meios/mídias que mais convier a sua intenção comunicativa.

E parece que é sob esta distinção que Rodrigues segue argumentando. Quando afirma que o “homem não apenas sofre as regras da natureza e reage a elas” – no que seria uma relação unicamente de percepção com o mundo fora do indivíduo, ao nível apenas do reflexo –, mas que “ele cria, a partir das possibilidades de relação que possui com o mundo, formas de estar no mundo”, talvez esteja dizendo que a partir (da percepção) dos sentidos (“possibilidades de relação que possui com o mundo”), o homem cria mecanismos para viver nele. Ao não estar “completamente determinado pelos estímulos que recebe dele” (mundo), surgir-lhe-ia a “capacidade que tem de se apropriar do mundo, de modelá-lo de acordo com projetos por si concebidos e inclusivamente de reconstituí-lo artificialmente”. Nesta noção de uma reconstituição artificial do mundo, é que talvez a idéia de expressão apareça, pois quando o autor completa ser “por isso que, para o homem, não é apenas o meio ambiente que constitui o quadro em que se desenrola sua experiência”, mas que ele “abarca igualmente o conjunto das marcas por ele próprio projetadas para delimitar a sua própria experiência” (1999:08),

parece já estar falando de um modo de expressão engendrado pelo homem para moldar o mundo de acordo com seus projetos através de uma sua reconstituição artificial, que não seria exercida por outro instrumento que a linguagem.

Desde aí, provavelmente, já se poderia invocar a pergunta de Augè, quando quer saber “o que acontece com nossa relação com o real quando mudam as condições de simbolização”, antes citada. A instauração da linguagem, neste caso, parece ser a própria colocação de um instrumento para a relação do homem com o real através da simbolização, isto é, de signos (elementos que funcionam como sinais, articulados numa linguagem) que representam a realidade na medida em que passa a ser necessário algo para se referir a ela<sup>21</sup>. Dada esta matriz, a colocação de Augè apenas leva em consideração o estágio das tecnologias empregadas naquilo utilizado para fazer a ligação que constitui este processo de relação entre uma extremidade que expressa e outra que percebe, estabelecendo, através desta mediação, uma relação que se entende, aqui, basicamente, ser a de comunicação. Esta tecnologia é empregada no meio através do qual se expressa esta mensagem com a intenção de comunicar, que (aparentemente) não faria nada mais do que isso: simbolizaria a realidade o mais objetivamente possível através de uma representação da realidade a qual se quer referir, agora produzida com uma nova técnica que passa a permitir, com mais acuidade, que se chegue, na reprodução, o mais próximo possível, em termos de semelhança, com aquilo que está para.

No caminho de uma idéia de constituição de campo (de determinada gênese de ação do homem) e de uma possível autonomização deste, será importante, para Rodrigues, o conceito de **discurso**. O autor parte de uma distinção entre as modalidades de experiência (do homem no mundo); a tradicional e a moderna, que implicam em determinada diferença entre a “sabedoria da experiência e os saberes científicos”. Para ele, “a experiência tradicional parte de uma relação de continuidade entre os dispositivos naturais e os dispositivos artificiais de mediação” (1999:11). Considerando que os dispositivos naturais de mediação são os sentidos (percepção), e os artificiais são aquilo que serve para a restituição artificial do mundo, deliberadamente aqui entendido como a linguagem (expressão), a experiência tradicional, segundo Rodrigues, demandaria uma passagem direta de uma para a outra, isto é, de uma “relação indiscutível de conaturalidade entre as palavras e as coisas”. O que faria com que a “percepção que temos do mundo nos apareça como natural e indiscutível”, e que a

---

<sup>21</sup> Berger e Luckmann, em “A Construção social da realidade”, terão na linguagem elemento básico para a relação com o mundo: “a sociedade, a identidade e a realidade cristalizam subjetivamente no mesmo processo de interiorização. Esta cristalização ocorre juntamente com a interiorização da linguagem. De fato, por motivos evidentes à vista das precedentes observações sobre a linguagem, esta constitui o mais importante conteúdo e o mais importante **instrumento** da socialização” (1998:179).

“linguagem seja encarada como mero instrumento de comunicação, não acedendo ao nível de objeto de questionamento” (1999:10).

Quanto à experiência moderna, a caracterização dada pelo autor vem amparada no conceito de racionalidade, que se basearia numa “ruptura entre a esfera da natureza e a esfera da cultura”. A homologia entre linguagem e coisa é trocada por determinada consciência da experiência, que a autonomiza dentro de um contexto que envolve, entre

outros, os processos de secularização e dessacralização<sup>22</sup>. O que importa, todavia, é que neste âmbito da mudança de modo da experiência, a invenção (e o aprimoramento, e a socialização) da escrita, por exemplo, segundo Rodrigues, já teria pressuposto “um elevado estágio de autonomização dos dispositivos artificiais de mediação”. Ou seja, dentro de um processo de mudança de tipo de experiência em relação ao mundo, o que acontece é uma expansão do instrumento que simboliza (representa) a realidade, pois é ele que vai ao encontro das expectativas de relação racional e consciente que o homem quer passar a ter com o mundo que experimenta. “Em vez do apelo à tradição, traduzida na transmissão do conjunto dos valores e das crenças herdadas no passado, a modernidade apela para um tipo diferente de racionalidade, para uma indagação racional, metodicamente conduzida...” (1999:12). Para Rodrigues, este “ideal de racionalidade” é que “vai conduzir à autonomização e institucionalização progressiva dos diferentes *campos* sociais”.

Pode-se perceber a conclusão deste raciocínio quando Rodrigues assinala que a opção por este método de indagação dos fenômenos, metodicamente conduzida, é o que caracteriza o saber moderno e o faz adquirir (e transformar-se em) disciplina. Assim, autonomiza-se a função discursiva, expressiva ou simbólica do saber, e esta – função discursiva – “vai forjar a função simbólica de um campo social”. Deste modo, “cada um dos domínios autonomizados da experiência passa a ser constituído como um campo social autônomo”, sendo que este – campo social – surgiria, portanto, “da capacidade de impor com legitimidade regras num determinado campo da experiência, baseado numa indagação racional metodicamente conduzida” (1999:17, 18), que se daria a ver pelo discurso do campo respectivo sobre ela.

A idéia de determinada imposição de legitimidade de regras é um dos caminhos pelos quais Bourdieu vai assinalar a lógica do processo de autonomização dos campos. Na sua argumentação, considera o processo ocorrido com o campo da arte, mas refere o religioso e o

---

<sup>22</sup> Não por acaso, Rodrigues cita Weber, que com o proposto em ‘A ética protestante e o espírito do capitalismo’, faz emergir a noção de desencantamento do mundo, libertando o homem de uma relação submissa com uma realidade que até então o mundo lhe apresentava.

jurídico como passivos da mesma lógica (1974:100). Uma das principais condições para que certo ramo de atividade dentro de uma sociedade se torne autônoma, segundo Bourdieu, é sua libertação econômica em relação a(s) outra(s) às quais estivesse atrelado. Economicamente dependente, a atividade está conseqüentemente legitimada por instâncias externas, ou seja, no caso da arte, sob a tutela religiosa, como na Idade Média, ou aristocrática, como no período clássico francês, por exemplo.

A possibilidade de desligamento da dependência econômica se dá em meio (e graças a) outras transformações. No caso da arte, o surgimento e a diversificação de um público consumidor, a profissionalização derivada do aumento do número dos produtores destes materiais artísticos (e intelectuais), a conseqüente exigência de especialização para a atividade a partir daí e, relativamente, a multiplicação de instâncias consagradoras dessas atividades. Donde se poderia perceber, portanto, o surgimento de uma legitimação interna dessas atividades: elas passavam a organizar-se por elas mesmas, na medida em que com tal especificidade e autonomia destas transformações advinda, a inerente formação de um **campo** produtor de tais atividades específicas dentro de um contexto social emergia. Nas palavras de Bourdieu,

o processo de autonomização da produção intelectual e artística é correlato à constituição de uma categoria socialmente distinta de artistas ou de intelectuais profissionais, cada vez mais inclinados a levar em conta exclusivamente as regras firmadas pela tradição propriamente intelectual ou artística herdada de seus predecessores, e que lhes fornece um ponto de partida ou um ponto de ruptura, e cada vez mais propensos a liberar sua produção e seus produtos de toda e qualquer dependência social (1974:101).

Liberados de dependência econômico-social e baseando-se em regras específicas que tornam seus afazeres exclusivos, os indivíduos e seus pares de profissão fazem aparecer, pois, uma esfera autônoma. Como afirma Rodrigues, eles passam a ser portadores de um discurso próprio (disciplinar), que não só poderia ‘moldar’ o mundo de acordo com seus projetos, como marcar a sua presença no mundo. Bourdieu, como Rodrigues, dá ênfase a uma racionalização em relação à experiência de mundo, o que proporciona uma “autonormatividade” do campo, “dotado de tendências e interesses próprios”. Interesses, estes, que são organizados de acordo com as regras internas da esfera, que lhes gera autonomia, que é legitimada através do seu discurso, aceito pelos demais campos<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup> São duas as função principais que Rodrigues infere aos campos sociais. Além do discurso que representa sua esfera, que busca a legitimação externa, há a própria organização das regras interna do campo (p. 20).

O campo social, através de uma “imposição simbólica”, que “assegura sua visibilidade pública”, finalmente é definido por Rodrigues como uma

instituição dotada de legitimidade indiscutível, publicamente reconhecida e respeitada pelo conjunto da sociedade, para criar, impor, manter, sancionar, e restabelecer uma hierarquia de valores, assim como um conjunto de regras adequadas ao respeito desses valores, num determinado domínio específico de experiência (1999:19).

Esta imposição simbólica de um campo, no entanto, que demonstra as atividades das quais ele é capaz, através do discurso que engendra dos seus afazeres, precisa ser *notada (reconhecida)* pelos demais campos. Para Rodrigues, este momento é o da instituição do ‘campo dos media’, o qual serviria para a publicidade deste discurso que se impõe simbolicamente, em prol da autonomização e legitimidade de cada campo frente aos demais, marcando sua posição no todo da sociedade.

### 3.2.2.1 Campo ‘dos media’: (autonomização), legitimidade e sobreposição de funções

Por ser, de acordo com Rodrigues, na segunda metade do século XX, – século no qual Rüdiger afirma a comunicação ter começado a se desenvolver como matéria de reflexão devido em grande parte ao impacto causado pelo surgimento das novas tecnologias de comunicação – “que se coloca a questão da compatibilização da legitimidade de cada um dos campos sociais com a dos restantes campos” (1999:24), é que surge o contexto para a autonomização do ‘campo dos media’.

Para o autor “a natureza tensional da relação entre os diferentes campos sociais”, estaria “na origem da emergência e da progressiva autonomização do campo dos media” (1999:25). Pois é na medida em que a mediação dos discursos daqueles campos (que aquilo que cada campo social expressa) necessita uma superintendência para organizá-los (em prol de sua publicidade), que estes dispositivos de (*para*) mediação (eletro-tecnológicos) se autonomizam, e são capazes de formar um campo próprio – justamente o que superintenderá a mediação e publicização dos discursos simbólicos dos outros campos. A esta instituição é que Rodrigues dá o nome de ‘campo dos media’.

Possuindo uma legitimidade sobre certa experiência no mundo (que é o que permite se constituir como campo) – esta superintendência, na medida em que detém exclusivamente a atividade (a função) de representar (através do discurso) a realidade através dos meios eletro-



tecnológicos de comunicação, os agentes desta atividade instituem uma esfera capaz de organizar internamente tal função. Ou seja, autonomizam-se enquanto campo portador de uma série de regras internas que rege o afazer que, além de sua função social, só eles podem exercer, na medida em que possuem os instrumentos (tecnológicos) para isso: representar o mais fielmente possível aquilo que referem (no caso de Rodrigues, o discurso dos outros campos, que podem ser entendidos como leituras – ou mesmo representações, ou construções – da realidade).

Um primeiro movimento que revelaria o reforço da autonomização do campo midiático é já o dos outros campos em relação ao da mídia. “Concorrendo entre si com vista à mobilização do conjunto da sociedade para o respeito das suas ordens de valores” (1999:25), os campos sociais percebem que têm que (ou podem) contar com os “mecanismos retóricos da linguagem para o convencimento e a mobilização em torno dos valores e das regras que o campo dos media se encarrega de criar, promover e impor ao conjunto da sociedade”.

Daí, duas coisas se percebe: uma identificação de mecanismos retóricos próprios do campo da mídia, na medida em que é destes mecanismos que os outros campos querem se valer para publicizar seu discurso; mas, em função disso, um uso, ainda, desses mecanismos retóricos próprios do campo da mídia em prol do discurso dos demais campos. Ou seja, a utilização não exatamente apenas ‘instrumental’ dos meios, mas permanecendo *a serviço* de outros discursos. O que nos faria considerar, portanto, que, neste momento, a pragmática do campo da mídia é ainda a publicidade do discurso dos assuntos de campos terceiros, mesmo que seja identificado por estes uma retórica própria no fazer midiático, da qual justamente poderiam se valer.

Todavia, o campo dos media não pode permanecer a serviço da publicidade dos discursos de campos terceiros, pois como campo social, precisa exercer mecanismos que lhe garantam autonomia em relação aos demais. Como não basta a um campo que apenas organize internamente suas atividades de acordo com suas regras para adquirir legitimidade, o campo da mídia também precisa de um *discurso* que o legitime perante os outros campos. Isto ganha dimensões importantes quando ele próprio é o campo responsável pela função discursiva.

O segundo movimento que revela o reforço da autonomização do campo da mídia, então, é o percebido pelo próprio campo. Como a especificidade de sua experiência no mundo é o discurso – até então com a função da publicidade do discurso dos outros, e para legitimar-se como campo não basta organizar, à base de regras próprias, o interior da esfera dos seus afazeres específicos, mas também possuir justamente um discurso, que ao simbolizar sua

especificidade lhe permite alcançar a legitimidade –, aparece no caso do campo da mídia a sobreposição de duas funções discursivas.

O que parece inevitavelmente acontecer, daí, é o campo da mídia buscar a sua autonomização, então, também através do discurso. Se ele é a instância que detém o poder da publicidade via discurso (dado o alcance, instantaneidade e simultaneidade fornecido pela eletro-tecnologia), *sobrepor-se-iam* aí a função discursiva como próprio afazer específico do campo da mídia no conjunto da sociedade, e a função discursiva como legitimação de autonomia em relação aos demais campos – feita exclusivamente através do campo da mídia (das suas regras retóricas) para os outros campos.

O que ocorre é que a intensificação discursiva no fazer midiático (que é o próprio discurso) pende para esta segunda função. Isto é: no discurso emitido pelo campo da mídia, não é a sua função discursiva como afazer próprio (atividade retórica da qual os outros campos se valem) que está intensificada, mas a função discursiva como legitimadora de (sua) autonomia. O caso é que quem vai legitimar a especificidade do campo da mídia através da publicização do discurso é ele próprio, através justamente do que lhe confere especificidade de campo: a função discursiva.

Assim, aquela experiência no mundo que era própria de um campo específico de conhecimento, e que se valia da retórica do campo da mídia para se publicizar, se transforma num ‘objeto’ pelo qual o campo da mídia ‘mostra’ as suas próprias regras internas, ou seja: a sua especificidade de ‘fazer’ o discurso. Os outros discursos que se aproveitavam incolumemente da retórica midiática agora são aproveitados pela mídia para que a ação discursiva de publicizá-los sirva para publicizar a sua (do campo da mídia) ação de engendrar um discurso.

No momento em que no discurso emitido pela mídia aparecem mais as regras do fazer discursivo midiático do que o conteúdo do discurso que é publicizado através dela, a função midiática estabelece-se definitivamente como um terceiro elemento ativo no processo de relação de comunicação. Quando a retórica do discurso midiático, que já não era mero instrumento, não está também mais unicamente a serviço (da publicização do discurso de outro campo), a mediação midiática (eletro-tecnológica) inerentemente *molda* o conteúdo do discurso que está sendo por ela emitido, em função da necessidade de explicitação de regras retóricas de discurso, que é a sua especificidade, que precisa ser ‘mostrada’, para que o campo da mídia se legitime.

Desta maneira, quando as “regras que o campo dos media se encarrega de criar, promover e impor ao conjunto da sociedade”, como recém afirmava Rodrigues, não estão

mais a serviço da publicização, via retórica midiática, do discurso dos outros campos, elas passariam a “criar, promover e impor” regras do seu próprio campo – que nada mais é do que simplesmente ‘discursar’, ou seja, estruturar discursos de outros campos com a marca do seu. Ao diminuir a ênfase no conteúdo dos outros para intensificar o seu, o que fica são só as marcas, e este ‘molde’ é que se transforma no conteúdo do discurso alheio. O problema seria que ‘marcas’ de discursividade, ou, as próprias estruturas de discurso, não podem ser o conteúdo deste (ou de um) discurso, sob pena deste discurso ser eminentemente vazio. A mídia (ou o campo da mídia), em si, não possui ‘conteúdo material’ (de sua própria natureza; engendrado originariamente por si) próprio, isto é, ao ter a especificidade enquanto campo a publicização dos discursos de outros, ela *não* produz (é vazia de) um conteúdo próprio, que seria abarcado por uma teoria (que dê conta de fenômenos do mundo) que ela não tem, (enquanto ciência). O que quer dizer que sua existência está obrigatória e necessariamente atrelada ao uso que os demais campos fazem dela ao terem-na como via publicizadora de seu discurso (que expressa seus conteúdos específicos)<sup>24</sup>, pois é só sendo ‘preenchida’ por estes discursos que a mídia alcança existência (prática).

O caso é que ela, mídia, se vale desse uso que os outros campos fazem dela para legitimar-se como campo autônomo. E para poder fazer isso, interfere no conteúdo daquilo que lhe daria fundamentalmente sua função: a ‘mera’ transmissão do discurso de outrem, objetivamente com a maior fidelidade possível. Ao interferir, modifica este discurso e conseqüentemente o seu conteúdo: ao se valer dele para legitimar-se, passa a construí-lo paralela e simbioticamente com o campo que detém a autoridade sobre ele. Assim, o pedágio que os demais campos passam a pagar para a publicidade de seu discurso (que lhes traria legitimidade), é o de ter o seu conteúdo co-construído pelo instrumento que ‘deveria’, na sua função específica, ‘apenas’ transmiti-lo *mimeticamente*: a mídia – que ao não estar mais meramente a serviço, se torna instância, com poder de interferência no discurso que originalmente é construído por outro campo (para representar uma realidade que ele dá conta)

25

---

<sup>24</sup> Rodrigues (1999:21) distingue “duas modalidades de legitimidade de um campo social: a própria e a vicária”. Esta segunda se aproximaria da idéia da mídia como um campo vazio de conteúdo material específico, sendo dependente dos outros campos para existir, embora a definição de legitimidade vicária para o autor não seja exatamente essa, mas a de que o campo social possuiria tal legitimidade “num domínio de experiência que não lhe é próprio, por delegação de um outro campo social”. Aqui, porém, a idéia seria a de que no caso do campo da mídia, parece que ela só poderia existir como campo com uma atividade específica quando ‘se valesse’ do conteúdo do discurso dos outros campos. E nesse sentido de dependência, então, ser vicária.

<sup>25</sup> É claro que os outros campos, ao construírem uma realidade (esta que precisa ser publicizada pela mídia, evidentemente também ‘criam’ realidades, as diferenças seriam que (1) cada um deles teria autoridade para isso (baseada na instrumentalidade própria para a análise das experiências do mundo que lhes cabe), e principalmente

### 3.2.3 Co-construção (midiática) da realidade; modo, linguagem, paradigma informacional

O próprio Rodrigues já advertia que “o campo dos media não se limita a superintender à mediação dos diferentes domínios da experiência, e dos diferentes campos sociais...” (1999:25). Mas é Fausto Neto, por sua vez, quem torna mais claro o que acontece neste contexto, ao afirmar que “a comunicação midiática resultante da existência e manifestação dos processos sócio-técnicos (...) deixa de ser meio – instrumento a serviço – para tornar-se elemento constituinte de uma nova realidade, em que seus processos e efeitos vão se constituindo em protagonistas centrais”<sup>26</sup>. O ‘meio’, que era de ligação, e podia por isso ser entendido, a princípio, como responsável meramente (ou ‘simplesmente’, como diria Rüdiger) pela função instrumental de fazer ligar (quase que externa, ou estéril ao tecido social humano ao qual servia) a extremidade que expressa e a que percebe, agora integra de maneira mais contundente o processo de comunicação que funda. E esta integração parece ser em consequência, em grande parte, se não na sua totalidade, da característica com que este meio passa a poder ser produzido: a eletro-tecnologia. Esta tecnologia dos meios que é usada pela sociedade para fazer ligar duas extremidades numa relação de comunicação – e que em função da característica tecnológica não apenas mais só ‘liga’ – é que justificaria a expressão ‘sócio-técnica’, utilizada pelo autor, e que apontaria um caminho para a idéia de midiatização: uma mistura dos processos tecnológicos de comunicação com os processos sociais dos demais campos, que compõe o tecido da sociedade humana.

Verón, nesse sentido, já lembrava que “a especificidade circunscreve dispositivos tecnológicos de produção-recepção de mensagens, mas a comunicação midiatizada é algo mais que isso” (1997:12). Ao que poderia ser complementado por Braga, quando este afirma que “hoje se pode considerar adquirido que interessam os processos mediáticos (sociais, culturais, simbólicos, de sentido, políticos...), bem mais complexos e difusos” (2004:04). Isto, é, para além do estabelecimento de características do objeto material que nos importa é preciso se interessar pelo o que eles fazem (no sentido daquilo que ‘exalam’). E o que eles

---

que (2) não é *esperado* dos outros campos *fidelidade* com aquilo que representam – mesmo porque não é a sua *função* representar a realidade, exercício justamente que funda o campo da mídia.

<sup>26</sup> Apontamentos digitados e fotocopiados entregues em aula pelo autor, 2008.

parecem ‘fazer’ é, ao ‘mediatizar’ o discurso dos outros campos, ‘mediatizando’ a representação da realidade que estes campos constróem, ‘mediatizar’ o próprio conteúdo do discurso; ou seja, colocar as marcas da mídia na representação daquela realidade: co-construindo sua representação.

Neste contexto é que se poderia entender o que está posto quando Braga relaciona ‘processos mediáticos’ como sendo ao mesmo tempo sociais, culturais e etc.: tais processos de outras ordens ganhariam características (lógicas) midiáticas ao entrarem em contato com o meio eletro-tecnológico que usam para transmitir seu discurso. Na inversão que o campo da mídia faz desse uso, tais processos de outras ordens sucumbem ao molde midiático, e passam a aceitar inerentemente a estrutura (midiática) que recebem – o que automática e inerentemente modifica o conteúdo original do seu discurso. Se aceito este entendimento das coisas, poder-se-ia compreender também uma possível razão para as anteriores menções de Gomes a uma ‘nova ambiência’ (pág. 57), de Rodrigues a uma dependência de instâncias como a administração pública, as empresas, e a família (pág. 60), e de Sodré a uma ‘agenda coletiva’ (pág. 58); todas em função de determinadas lógicas que o campo da mídia impregna nos discursos dos outros campos. Pois ao fazer isso, molda-os, e naturalmente os transforma de acordo com as suas (dela, mídia) necessidades de legitimação.

Esta – se já se pode assim aqui chamar – construção midiática da realidade resultante daí, é vista por Verón da seguinte maneira:

Porque la sociedad mediática, en la aceleración de ese proceso que hemos llamado la “revolución de las tecnologías de la comunicación”, cambia, todavía sin saberlo, de naturaleza: se vuelve poco a poco una sociedad *mediatizada*. Ahora bien, la *mediatización* de la sociedad industrial mediática hace estallar la frontera entre lo real de la sociedad y sus representaciones. Y lo que se comienza a sospechar es que los medios no son solamente dispositivos de reproducción de un “real” al que copian más o menos correctamente, sino más bien dispositivos de *producción* de sentido (2001:14)<sup>27</sup>.

O que restaria entender, talvez, fosse ‘por onde’ esta *ação midiática* (automática e/ou inerente) – de ‘produção de sentido’, como diz Verón, ou de construção midiática de

---

<sup>27</sup> Evidentemente, nenhum tipo de representação reconstrói *a própria* realidade que tem a função de representar. Toda a problemática da arbitrariedade da língua verbal evidenciaria isto (a ‘transposição’ do referente pela palavra, como Braga mais tarde vai enfatizar). O caso é que se pressupõe dos sistemas de representação (afora a arte) que mantenham com a realidade que representam, seja por acordo, seja por semelhança analógica ou digital, certa fidelidade possível. Esta consideração é a que está sendo levada a cabo neste trabalho, sem o objetivo de discutir exaustivamente as possibilidades, impossibilidades e/ou condições metafísicas ou pragmáticas de reprodução do ‘real’.

realidade, como talvez se possa passar a designá-la – modifica o conteúdo do discurso do qual assume a transmissão (publicização) e sobre o qual se vale para mostrar suas regras discursivas.

Fausto Neto aponta o caminho (ou lugar, ou modo) por onde isso se dá: “é a instância das linguagens como formas pelas quais os processos de mediação realizam, dentre tantas coisas, as operações de inteligibilidade das realidades”. Mais do que isso, no entanto, o que acontece pela linguagem que a mídia engendra é “também a própria **construção** de realidades” (2005:11). Na instância de uma linguagem, pois, sob esta ótica, é que a mediação entraria em processo: no que poderia ser considerada uma “prevalência da forma sobre o conteúdo semântico” (*ibidem*, 09).

Com a supremacia na forma da mensagem, os meios muito mais produziram conteúdo do que transmitiriam ‘simplesmente’ um conteúdo não ‘moldado’ por eles (pertencente originariamente aos outros campos). Pois o modo é a única coisa que é própria deste meio (de, ou *para*, comunicação), já que o conteúdo a ser transmitido é um fato do mundo, exterior à esfera dos meios de comunicação social – aos quais eles não têm autoridade (nem teórica nem metodológica) a dar conta, a não ser na ‘mera’ ‘transmissão’ do acontecimento (transmissão via meio de comunicação social, que deveria guardar fidelidade ao acontecimento, já que se funda nesta função). O salto, então (a caminho da mediação, quem sabe), aconteceria quando o campo da mídia percebesse que o meio – seu instrumento, agora mídia em função das características eletro-tecnológicas –, que inerentemente sempre foi um co-construtor da realidade na posição de mediação a fundar o processo de relação entre uma extremidade que expressa e outra que percebe, poderia ‘carregar’ ainda mais no *modo* de representação daquilo que refere, já que é esta função – a da representação via um discurso, o mais fiel possível em relação ao referente – o único lugar onde pode afirmar sua existência legítima. Para Fausto Neto,

o que importa não é mais um “mundo externo”, a ser apontado, mas o próprio processo e as operações realizadas pela economia enunciativa midiática para gerar a realidade. Ou seja, a ênfase está na enunciação que assim se formula como foco para poder saber, mostrar e dizer. Ou seja, a realidade da construção (2005:13).

Esta ‘economia enunciativa midiática’ (que instaura uma linguagem midiática) é por onde se poderia entender a simbiose que ocorre entre o discurso dos outros campos transmitidos pela mídia e o discurso dela própria. Nesta economia da linguagem midiática que

se vale dos conteúdos dos discursos terceiros é que se daria esta co-construção da realidade, produzida pelos meios de comunicação.

Não será por outro motivo, se não pela produção de conteúdo, que Lasch define os meios de comunicação midiáticos. Para este autor, por exemplo, em ‘Crítica a la información’, o correio não seria um meio desta categoria (meio de comunicação como ‘instrumento’ do campo da mídia) pelo fato de, na transmissão da informação que carrega, ‘transportar conteúdo’ tão somente, e não interferir na mensagem, pois não é ele que a transmite (no sentido de emitir), mas apenas a carrega. De onde se poderia deduzir que aquele meio, então, que na transmissão interfere no conteúdo da mensagem que passa por ele (não apenas de um modo inerente, como todo o meio faria em relação a um conteúdo que tem nele a sua emissão, mas de maneira a ‘se valer’ da posição de transmissor para fins determinados), é que seria considerado ‘meio de comunicação *mediático*’. Se a tecnologia destas ‘máquinas midiáticas’, segundo Lasch, “transforma o conteúdo [que transmite] em informação não reflexiva” (2005:128), poder-se-ia inferir que uma das contribuições da mídia, no caso da ‘construção da realidade’ seria a de caracterizá-la com as ‘marcas da *informação*’ (não simplesmente entendido como um trânsito de conteúdo, mas agora a ‘informacionalidade’ entendida como uma característica que ‘resumiria’ – moldando-o para fins midiáticos – o conteúdo que transmite). Já alertava Rodrigues, sobre o campo dos media, que “o facto de se tratar de um campo destinado a assegurar a mediação entre os diferentes campos sociais determina a natureza informacional de sua simbólica” (1999:28). Mas ainda não concluía o autor, que uma natureza informacional (nestes termos ‘midiáticos’; em que a *maneira* de transmitir o conteúdo pode passar a ‘servir’ a quem tem na sua função transmiti-lo) pudesse ser uma constituinte essencial da linguagem do campo, principalmente quando moldasse, deliberadamente, para fins próprios, os demais discursos com esta característica.

Uma característica informacional, portanto, se a hipótese for minimamente aceitável (ou aceita se considerada operatória para o caminho que segue este trabalho), se instituiria como o traço predominante de uma linguagem do campo da mídia, e se colocaria como o modo pelo qual os entes deste campo (da mídia) produziriam (ou co-construiriam) conteúdo, baseados naquilo que os preenche: os conteúdos dos demais campos. Se o “conteúdo das máquinas midiáticas é a informação”, conforme Lasch (2005:130), a produção deste conteúdo midiático se daria quando estas máquinas midiáticas moldassem os conteúdos dos demais discursos *informacionalmente* (já que a mídia é estéril na produção de conteúdo original, diretamente de uma sua análise teórica do mundo, que não tem arcabouço – nem a função – para promover).

De acordo com Lasch, ainda, esta informacionalidade, que não é instrumental, apresenta duas faces que lhe caracterizam essencialmente. Uma, a de comunicar à distância. Outra, que lhe dá uma natureza de curta duração: o caráter da efemeridade. Baseado nelas, o autor lança a idéia de *paradigma informacional*: uma característica que iria se tornando referencial na função representacional do campo da mídia, pela qual se poderia entender que o campo *produziria* conteúdo, ou *co-construiria* a realidade, baseado nos conteúdos dos outros campos, que passam por ele para se tornar públicos. Esta co-contrução seria produzida pela única função própria do campo da mídia: o ‘modo’ pelo qual engendra o discurso, que passaria a ser predominantemente o da informacionalidade, transformada num tipo de molde, que viraria a tônica da linguagem midiática (ou midiaticizada), pois garantiria com eficiência sua função (discursiva, publicizadora) e, conseqüentemente, sua legitimidade. Esta possibilidade de participar de uma relação de comunicação, pela extremidade de quem expressa, de uma maneira instantânea, simultânea e efêmera – que é o que a tecnologia disponível proporciona – seriam as marcas deste ‘paradigma informacional’ com que o campo da mídia utiliza os meios, no exercício da mediação deste processo de relação que se caracterizou, aqui, como comunicação: marcas que caracterizariam a ‘co-construção da realidade’ engendrada pelo campo.

### **3.2.4 Efeito de real, validade, confiança, acesso**

Esboçado um caminho pelo qual se poderia entender um mecanismo possível desta co-construção midiática da realidade, levando-se em conta que se a função (social) da mídia enquanto campo é a de transmitir (numa representação que se pretende o mais fidedigna possível) os acontecimentos do mundo real (sua principal função, pelo menos), a ‘co-construção’ elaborada pela mídia aconteceria na apropriação dos conteúdos dos campos que possuem autoridade para a análise de tais fatos quando eles precisassem se valer da mídia para tornar público seu discurso – um dos modos que lhes garantiria legitimidade perante os demais campos. O campo da mídia se apropriaria deste discurso por ser ele próprio, campo, incapaz de dar conta de fenômenos específicos do mundo; sua especificidade não é a de construir ou analisar especificadamente fenômenos do mundo (não tem arcabouço para isso, como recém mencionado), mas de transmitir, fidedignamente (ainda que uma sua ‘retórica’ seja reconhecida pelos demais campos, mas não a ponto de co-construir simbioticamente o



que transmite) o discurso dos campos que possuem os mecanismos para fazê-lo – na exata medida que seria este seu mais forte papel. Na publicização dos discursos destes campos, o campo midiático empregaria o que se poderia considerar o seu ‘molde’: o discurso dos demais campos não é só publicizado pela mídia, mas leva uma sua marca; a da ‘informacionalidade’, recém referida. Além de fornecer a legitimidade que o campo da mídia almeja, a colocação desta marca, ao moldar o discurso, co-constrói aquele conteúdo que toma de empréstimo. Esta co-construção da realidade pela mídia poderia ser denominada, então, uma construção midiática da realidade.

Apesar do que se poderia considerar uma intervenção da mídia – esta inerente mas direcionada simbiótica relação que instaura com a realidade que representa – na construção do conhecimento que campos autorizados fariam sobre a realidade a partir de suas províncias específicas com os mecanismos para tal, o papel de representação fidedigna midiático não perderia sua força. Segundo Rodrigues, “é a natureza especular e representativa do seu funcionamento que confere ao campo dos media a especificidade do seu domínio próprio de competência” (1999:29). Isto é, a sua especificidade como função representativa – especular! –, mesmo com a inversão aplicada pela mídia em relação aos campos que fariam uso dela – o que interferiria direcionadamente no conteúdo a ser representado através dela –, resiste praticamente incólume a esta co-construção (provavelmente em função da representação através da imagem como meio para estabelecer uma relação de comunicação – é a aposta que será tratada no capítulo seguinte). Rodrigues ainda diria que

o efeito mais notável que o campo dos media exerce sobre a nossa experiência do mundo é o chamado **efeito de realidade**, o fato de a realidade tender para o resultado do **funcionamento dos dispositivos de mediação, autonomizando-se em relação à percepção imediata do mundo e sobrepondo-se à percepção espontânea dos nossos órgão sensoriais**.

Do efeito de realidade decorre o efeito de simulação ou a performatividade dos dispositivos mediáticos, a sua capacidade para antecipar, modelar e **substituir o real** (1999:27).

Além de modelar o conteúdo do discurso que publiciza, portanto, conforme Rodrigues, o campo da mídia também ‘substituiria’ aquele ‘real’ cuja transmissão (ou representação) seria sua específica função. A tecnologia empregada pelos meios, que lhe dá esta funcionalidade e lhe permite, entre outros fatores, se tornar campo, por isso, além de moldar informacionalmente o conteúdo do discurso que transmite, ao fazer isso, transformaria este novo discurso, resultante desta co-construção, *no* ‘real’. Ou seja, para além da publicidade de campos terceiros (função instrumental), e para além do uso do discurso dos demais campos

para legitimar-se enquanto campo (inversão de uso que a mídia faz com os outros campos), o discurso que daí se constitui engendra-se com ‘efeito de real’. E o que acontece é que, apesar de intervir na realidade que deveria representar (transmitir fidedignamente; sua principal função), o discurso midiático, pelo efeito de real que permanece da sua função representativa (e pelas possibilidades tecnológicas que lhe permitem que assim seja), segue sendo percebido como se ainda fosse um serviço de representação daquela realidade, e não da apresentação de um discurso que, pela moldagem daquela realidade, cria uma nova (ainda que com base naquela) realidade<sup>28</sup>.

Assim – com a possibilidade de ‘substituir’ o real, ou, ao moldar uma realidade, transformá-la em outra não fidedigna àquela – uma representação da realidade (como um conhecimento desenvolvido pelos campos responsáveis para tal), ao passar pelo campo da mídia, além de ganhar publicidade (para que o campo, com a publicização do seu discurso, garanta legitimidade), se tornaria ‘válida’, a despeito da modificação no conteúdo original daquilo que deveria ser ‘apenas’ representado (transmitido, publicizado) pelo campo da mídia. Esta validade, junto com o efeito de realidade possibilitado pela mesma natureza tecnológica que lhe fornece as características recém referidas, se daria também pelas possibilidades de alcance, instantaneidade e simultaneidade de transmissão que nenhum outro campo tem em tanto grau quanto o da mídia. O caso é que em função dessas possibilidades tecnológicas (que permitem a instauração do campo midiático) acaba-se fazendo com que se valide a apresentação de um discurso com conteúdo original (que não midiático, e sem o qual a mídia não existe) modificado – já que a mídia o transforma, em seu favor, no ato em que se vale deste conteúdo para auto legitimar-se quando o publiciza. Como os demais campos tendem a aceitar esta condição (pois reconhecem a ‘retórica’ midiática), e de certa forma compactuar com ela, na medida em que permanecem procurando o campo midiático para a publicização de seu discurso, ainda que em troca tenham o conteúdo deles transformado informacionalmente (mas talvez não tão atentos ao nível da co-construção da qual seu discurso é alvo; ou então, já eles próprios moldando ‘midiaticamente’ o seu próprio discurso, para ser ‘mais bem aceito pela máquina publicizadora que necessitam) temos um contexto em que, apesar da intervenção midiática em dada realidade, se valida (ainda que em nível de senso comum – para quem, justamente, essa transmissão da publicização se dirige) uma representação modificada desta realidade. Se é validada, um dos motivos provavelmente seja o de que gera *confiança* nela enquanto via de acesso a uma realidade ocasionalmente

---

<sup>28</sup> Lasch (2005:132) assinala serem protocolos e métodos para a ‘apresentação’, e não para representação, os engendrados pela mídia.

inacessível (e que se nos é oferecida banhada num ‘efeito de real’ proporcionado pela eletrotecnologia empregada na sua produção, a possibilidade da crença é praticamente inevitável).

Para Giddens, em condições de modernidade, a *confiança* se torna importante suporte dentro de relações e práticas sociais (1991:83). O autor nomeia, neste contexto, dois tipos de compromisso que se estabelecem nestas relações; os ‘com rosto’ e os ‘sem rosto’. Sobre eles, diz que

os primeiros se referem a relações verdadeiras que são mantidas por, ou expressas em conexões sociais estabelecidas em circunstâncias de co-presença. Os segundos dizem respeito ao desenvolvimento de fé em fichas simbólicas ou sistemas peritos, os quais, tomados em conjunto, devo chamar de sistemas abstratos (*ibidem*, 84).

Se a co-presença entre as partes que se relacionam, portanto, é tida por Giddens como condição para uma relação verdadeira – o que seria um compromisso com rosto –; nos sem rosto, a confiança é uma condição imprescindível. Neste caso, em que a confiabilidade se daria sobre as fichas simbólicas e sobre os sistemas abstratos, poderíamos associar o primeiro ao discurso, e o segundo aos próprios campos sociais. Assim, poderia se entender que, em condições de modernidade (a mesma assinalada por Rüdiger como era em que a comunicação se torna disciplina, e por Rodrigues a época no qual os campos se autonomizam, inclusive o dos média), as relações sociais aconteceriam, em grande parte, via fé nos discursos dos campos sociais: fichas simbólicas que dariam a ver o conhecimento sob determinado fenômenos específicos do mundo produzido por sistemas abstratos (campos) responsáveis por dar conta deles.

As considerações de Giddens, ao introduzirem o componente da confiança, retomam dois pontos importantes para o possível encaixe das idéias até aqui. Ao mencionar a co-presença (compromissos com rosto), recoloca a questão dos sentidos de percepção, que nesse caso estariam tendo acesso imediato<sup>29</sup> e direto à origem do conteúdo da expressão, que constitui a outra parte (em face à percepção) de uma relação de comunicação. Enquanto que ao trazer a idéia de compromissos sem rosto, que ao contrário dos com rosto não se dão em co-presença e por isso necessitam do suporte da confiança por parte de quem percebe no discurso de quem expressa, reforça a função de comunicar à distância, uma das características imputada por Lasch à mídia (pág. 74). Esta confiança, então, se daria em relação aos sistemas abstratos – os que emitem este discurso à distância. Nas palavras de Giddens, “a *confiança em sistemas* assume a forma de *compromissos sem rosto*, nos quais é mantida a fé no

---

<sup>29</sup> No sentido de sem a mediação de algum meio que se interponha entre a própria ação dos sentidos de perceber a expressão diretamente difundida (expressada) de sua fonte original.

funcionamento do conhecimento em relação ao qual a pessoa leiga é amplamente ignorante” (*ibidem*, 91).

Conseqüentemente, o próprio autor pergunta: “por que a maioria das pessoas, a maior parte do tempo, confia em práticas e mecanismos sociais sobre os quais seu próprio conhecimento técnico é ligeiro ou não-existente?” (*ibidem*, 92). Citando o caráter de conhecimento fidedigno que a ciência passa a ter na modernidade (no que se poderia também citar, por isso, inclusive, a constituição dos campos sociais e seus saberes específicos, se se lembrar Rodrigues e a autonomização dos campos sociais – em 2.2, pág. 59) como razões preliminares, Giddens parece encontrar uma resposta ao dizer que

em condições de modernidade, atitudes de confiança para com sistemas abstratos são via de regra rotineiramente incorporadas à continuidade das atividades cotidianas e são em grande parte reforçadas pelas circunstâncias intrínsecas do dia-a-dia (*ibidem*, 93).

Para se poder confiar, todavia, no conhecimento produzido pelos sistemas abstratos, que se faria ver pelas fichas simbólicas que estes sistemas (campos) engendram, para que se legitimem através do discurso, é preciso que este (discurso) encontre o indivíduo. A idéia de ‘pontos de acesso’, “peculiarmente conseqüentes nas sociedades modernas”, trazida por Giddens, ofereceria uma alternativa à questão. Ele os define como “pontos de conexão entre indivíduos ou coletividades leigos e os representantes de sistemas abstratos”. Representantes que poderiam ser dentistas, médicos, ou agentes de viagem, conforme os exemplos do autor, “embora todos estejam cômnicos de que o verdadeiro repositório de confiança está no sistema abstrato, e não nos indivíduos que nos contextos específicos o ‘representam’” (*ibidem*, 89). Estando garantida pelo sistema abstrato (campo) a confiabilidade das fichas simbólicas expressadas por seus representantes, o campo passaria a se ocupar do discurso. Este se daria na constituição de um ‘ponto de acesso’ – encontro no qual ocorre seu contato com os indivíduos ou coletividades extra-campo (leigos no assunto específico do campo).

Se foi pensada anteriormente a mídia com a função específica de transmissão e publicização dos discursos de campos terceiros, se poderia automaticamente associá-la, agora, ao conceito de ‘ponto de acesso’. Contudo, especificidade de função não garantiria à mídia exclusividade da função. O próprio Giddens não faz tal associação quando afirma que as experiências em ponto de acesso são lugares de vulnerabilidade para sistemas abstratos – nos quais os meios de comunicação participariam apenas como possíveis atualizadores de conhecimento tanto para os leigos quanto para os peritos dos sistemas abstratos (*ibidem*, 94).

Além disso, afirma também que “os pontos de acesso trazem um lembrete de que pessoas de carne e osso (que são potencialmente falíveis), é que são seus operadores”, o que faz com que tendam a ser “imensamente dependentes do que pode ser chamado de *postura* dos representantes ou operadores do sistema” (*ibidem*, 89).

Quer dizer; para Giddens, os pontos de acesso podem ser múltiplos e multiformes, desde que promovam o encontro dos representantes do campo com os leigos. O que precisa haver é a *postura* de quem representará o discurso. Para a mídia (enquanto campo), nada poderia ‘calhar’ melhor: se a sua função original é representar (fidedignamente aquilo que refere), a postura, entendida como ‘modo’, é tudo e só o que ela pode ter enquanto alguma especificidade (enquanto extremidade de uma relação de comunicação que expressa algo). Portanto, ainda que não seja possível considerá-la como os únicos ‘pontos de acesso’ existentes, não há como negar a excelência que tem em servir para tal. A eletro-tecnologia, que passa a poder ser empregada na produção de meios para comunicação, permitindo-lhe a instantaneidade e simultaneidade de uma transmissão à longas distâncias com o caráter de efeito de real, torna a mídia (e o seu campo, como um todo) o ponto de acesso referencial para a realidade.

Evidentemente que os meios eletro-tecnológicos de comunicação não seriam os representantes imediatos dos campos. Mas ao se oferecerem para sê-lo, diluiriam a postura dos representantes diretos dos campos (que procuram se valer da mídia) na sua postura (midiática). Ao ser representante por natureza de função, o campo da mídia teria inerentemente uma postura. Esta seria o *modo* (midiático, ou já midiaticizado) com que molda o conteúdo do discurso do campo social que estaria se valendo da mídia como uma forma de se legitimar. Este modo teria seu lugar na constituição das regras de uma linguagem pela qual a mídia organiza seu discurso. Nesta constituição, o caráter informacional se insere praticamente como uma destas regras. Este caráter, pois, poderia ser considerado o ‘paradigma informacional’, de onde decorre um padrão de efemeridade na ‘apresentação’ de conteúdos que, pelas características conferidas por este paradigma à transmissão da mensagem, já deixaram de ser mera representação da realidade na medida em que a mídia passou a co-construí-lo em prol de gerar a sua legitimidade.

Co-construção que passaria despercebida devido (entre prováveis outros fatores) à permanência do caráter especular e representacional do campo midiático, que confere um efeito de real ao seu discurso, graças às possibilidades tecnológicas com que é produzido; as mesmas que lhe proporcionam maior alcance na transmissão da mensagem, bem como a possibilidade de instantaneidade e simultaneidade na recepção da expressão – o que acabaria

por gerar a validade e conseqüente confiabilidade do discurso, apesar do processo pelo qual passa.

Assim, a mídia consegue fazer com que o ponto de acesso não seja mais lugar de vulnerabilidade da confiança dos indivíduos leigos nos representantes dos campos. Ao contrário, o encaixe possível da original função representacional da mídia com a idéia de ponto de acesso determina, para quase todos os efeitos, o alto grau de validade do seu discurso enquanto representante da realidade. Ou seja, o discurso midiático apareceria como o maior representante válido de uma realidade que ele próprio molda (co-constroi): co-construção que ao mesmo tempo o legitima como campo social autônomo e o elevaria como o (ou um dos) ponto de acesso mais confiável em relação à realidade (do mundo).

Dentro deste quadro, se poderia voltar a pensar nas condições de um processo de relação humana entendido como comunicação. Se Rüdiger afirmava ser a comunicação um processo social no qual os meios de comunicação de massa são simplesmente a mediação tecnológica, em cujas extremidades estão as pessoas, o que poderíamos suprimir da frase talvez fosse o ‘simplesmente’. O uso da (eletro) tecnologia na mediação (exercida pelo meio *para* comunicar), – que é o que especifica a comunicação que aqui interessa, e o que lhe permite se desenvolver como matéria de reflexão bem como a oportunidade de se tornar um campo social legitimado e específico, propriamente –, se constitui no fator principal a engendrar as modificações neste processo de relação entre os homens entendido como comunicação. Produzida e transmitida a partir das possibilidades tecnológicas, a expressão intencional é moldada informacionalmente por uma linguagem que transforma seu conteúdo. A mensagem que chega à percepção, portanto, é modificada por um terceiro elemento, o meio eletro-tecnológico, que tem papel ativo na relação de comunicação. Atividade que apesar de co-construir o conteúdo original da expressão, não lhe retira, graças ao efeito de real com que passa a poder ser produzido, a fidedignidade representacional a qual originariamente se propõe, mantendo-lhe a confiabilidade sobre a mensagem que expressa como válida representação da realidade, e não como apresentação de uma realidade moldada em função do seu próprio (da mídia) funcionamento.

A questão de Augè, portanto, volta a ser central. Para tentar “saber o que acontece com nossa relação com o real quando mudam as condições de simbolização” (porque é o real que se quer representar – ‘simbolizar’ é o termo de Augè – numa relação de comunicação, como aqui especificamente estabelecida), parece ser preciso ter em conta algumas dessas considerações. Se nossa relação com o real (ou com um real que esteja em concordância, para evitar a celeuma ontológica) pode ser entendida a partir de um acesso ao mundo extra-mental

pela faculdade da percepção que se dá através dos sentidos como condição para a comunicação em relação a uma expressão intencional de outro homem, que quer representar, fidedignamente, a realidade, estipulando assim uma comunicação *entre* os homens, é preciso considerar as características (e o que estas podem gerar) do elemento a mediar a relação entre a percepção que acessa e a expressão que representa este real.

Em função do que gera a possibilidade deste elemento de mediação ser eletro-tecnológico<sup>30</sup>, a atividade deste meio (mídia) inerentemente interfere no conteúdo da representação (ou simbolização, como diz Augè). A interveniência irremediável (caso se entenda, teleologicamente, talvez, que possa ser desejável repará-la) desta mediação tecnológica na relação de comunicação humana é o que faz mudar as condições de nossa relação com o real. Intervenção que também é um traço do que poderíamos chamar de mediatização. Contexto no qual, pela natural força expressiva e elevado grau de apelo à percepção que tem, impulsionados pelas possibilidades midiáticas que se abrem, *a representação através da imagem* parece encontrar uma via para ser analisada em relação ao poder que alcança nas condições até aqui apontadas.

Assim, voltando às duas vertentes que se mencionou analisar (pág. 59) em função da reestruturação social e individual provocada pelo advento da mídia (meios para comunicação produzidos e transmitidos eletro-tecnologicamente), e tendo visto acima a vertente referente às *características específicas em relação à posição na organização social* que, transformada em *campo*, a atividade de comunicação midiática (de um processo de relação que liga uma extremidade que expressa e outra que percebe através de um meio eletro tecnológico utilizado para fazer a mediação como uma representação com a intenção de comunicar fidedignamente o que refere) atinge, contemplar-se-ia, a seguir, a outra vertente citada: as *possibilidades de modos de representação da realidade*, que se modificam e se aprimoram (principalmente em relação à possibilidade de melhor reprodução do que refere) com o avanço da tecnologia para sua produção. Neste caso, especificamente *através da imagem* como um meio *justamente especular* (tal como a característica do campo, conforme Rodrigues – pág. 75) através do qual se intenta expressar a representação o mais fidedigna possível do seu referente.

A hipótese para justificar a análise da imagem (e não a da representação da realidade através do som – entre outras que podem ser percebidas pelos nossos sentidos –, que num

---

<sup>30</sup> Ainda que não sejam características exclusivas de um meio entendido como mídia, o que a possibilidade do elemento de mediação ser eletro-tecnológico gera seria, entre outros fatores, o desenvolvimento da ‘comunicação’ como matéria específica de reflexão; a função fidedignamente representativa e publicizadora de discursos terceiros; a criação de campo social com legitimidade perante os demais (ainda que simbiótico em termos de conteúdo); a co-construção da realidade, baseada na possibilidade do efeito de real na produção da representação, e a confiabilidade, a partir destes fatores, enquanto representação válida da realidade.

contexto midiático poderia ser analisada por transmissão radiofônica, por exemplo) é a de que, dadas as caracterizações da comunicação que (aqui) interessa, a imagem parece ser a modalidade de representação que mais se encaixaria no sentido de confirmar (ou potencializar) as características (vistas acima) pelas quais o âmbito da midiatização (entendido basicamente como o processo de comunicação engendrado a partir de meios eletro-tecnológicos) põe em funcionamento os seus processos.

Logo, a estratégia (método) para a análise deste modo de representação, que se poderia chamar genericamente de ‘comunicação imagética’, será a de (1) repassar as características elementares de uma relação de comunicação que aqui se compôs para entendê-la específica e operatoricamente como um processo básico, bem como (2) as que forjam o âmbito da midiatização – vistas até agora –, como o processo de comunicação midiático que relativamente aqui interessa (na medida em que é neste âmbito que a imagem atingiria tal relevância) na tentativa de vislumbrar o que destas se aplica (e se se aplicam, como se aplicam) ao modo imagético de representação. Desta maneira, pelo encaixe possível entre o contexto (midiático, ou midiatizado) e um dos artifícios utilizados para constituí-lo (que seria a comunicação através de uma expressão que se vale de um meio imagético para representar fidedignamente o que refere), pensa-se ter alternativas para se poder compreender *o poder que a imagem alcança, como meio de (para) comunicação em nosso modo de vida contemporâneo*.

#### **4 PARTE II – IMAGEM**

*“Mas se nossas imagens nos dominam, se, por natureza, são em potência de algo diferente de uma simples percepção, sua capacidade – aura, prestígio ou irradiação – muda com o tempo. Gostaríamos de interrogar esse poder, localizar suas metamorfoses e pontos de ruptura”.*

R. Debray, ‘Vida e morte da imagem’ (1993:15)



#### 4.1 CONSIDERAÇÕES SOBRE O MÉTODO PARA O SUPOSTO ENCAIXE DA COMUNICAÇÃO ATRAVÉS DA IMAGEM NO ÂMBITO DA MUDIATIZAÇÃO

*“O maior apetite do homem é desejar ser. Se os olhos vêem com amor o que não é, tem ser”.*

Padre Antônio Vieira, ‘Paixões Humanas’<sup>31</sup>

Como definido acima, este capítulo pretende introduzir a imagem como um meio através do qual o elementar processo de relação entre uma extremidade que expressa e outra que percebe – processo que basicamente é entendido neste trabalho como ‘comunicação’ – se daria<sup>32</sup>. A expressão imagética, portanto, é preliminarmente investigada a partir das suas possibilidades (‘técnicas’ – que são as manuais e/ou mecânicas) de ser produzida, conjugada com uma sua função daí decorrente, amparada em um dos seus (permanentes) principais objetivos dentro de determinado ‘uso’ (social): a reprodução ‘fiel’ daquilo que refere. Esta, propriamente, da reprodução fidedigna, a modalidade de imagem que se quer entender tal se aventa, aqui, ter adquirido a importância que possui como meio de comunicação (mudiático).

Assim, o caminho que este capítulo toma, como método, é o de repassar tópicos do capítulo anterior que sejam aplicáveis à expressão imagética, na medida em que lá expunham considerações gerais sobre o que agora se quer entender especificamente em relação à imagem como um meio através do qual o processo de relação entre duas extremidades acontece. Definido que se entende a centralidade dos processos de comunicação mudiáticos como os que aqui interessam investigar para descobrir algumas possíveis razões e/ou modos da prevalência da imagem como meio de comunicação no modo atual de organização social, é sobre a expressão imagética como um meio eletro-tecnológico – traço que a alavanca ao caráter de mídia – que se deve tentar antever os caminhos que poderiam levar a esta sua suposta supremacia.

Desta maneira, vale-se, agora, das bases (operacionais) elementarmente estabelecidas como modo de preparar um caminho na busca deste entendimento. A primeira parte, em relação ao ato de perceber, como um dos constituintes básicos de um processo de

<sup>31</sup> Citado em Barros, Manoel de. **Livro sobre nada**. RJ e SP: Record, 2006.

<sup>32</sup> Novamente se adverte que o intuito não é discorrer sobre possíveis epistemologias das possibilidades da imagem nela mesma ‘comunicar’, mas muito mais tentar entender como uma imagem, com a função de representar o mais fidedignamente a realidade que refere, possa ter atingido um grau de importância e operacionalidade comunicacional (como meio *para* comunicação) na sociedade de nosso tempo, dentro do campo da mídia.

comunicação, apanha algumas afirmações sobre determinada supremacia do sentido de percepção sensível específico acionado por aquilo que é uma imagem. Dos argumentos em relação à possível superioridade da visão em termos de acesso ao mundo, justificar-se-ia a entrada que vai fazer referência ao outro constituinte básico do elementar modelo operatório de comunicação aqui previamente elaborado; o ato de expressar.

Sobre a expressão através da imagem, a tentativa será de se invocar uma sua possível natureza em face o uso de representar a realidade objetivando reproduzir o mais fidedignamente aquilo que refere (talvez o que encontrasse, sobre certo aspecto, a idéia de ‘intencionalidade’ referida anteriormente sobre a expressão – pág. 52, na medida em que ao ter a intenção de comunicar, a produção de um meio para tal poderia objetivar a fidedignidade na representação daquilo que vai referir, a fim de bem estabelecer uma relação com este fim).

Neste sentido, o caminho que se toma é o de uma passagem, superficial (se exigido o rigor da teoria que se envolve) e direcionada, sobre a história da arte (imagética – não a escultórica, por exemplo – levando-se em conta que a imagem que interessa é a composta de uma superfície bidimensional). Esta passagem, e a direção que o sobrevôo toma, se justificariam no limite da necessidade de ter em conta o exercício da expressão através da imagem antes de se o considerar propriamente ‘comunicacional’<sup>33</sup> (nos termos em que este adjetivo faz referência direta, e talvez específica, aqui, ao campo da mídia). Nesta direção, a passagem se direciona a ter atenção sobre um dos objetivos desta anterior produção de uma expressão imagética – ainda não considerada (ou pelo menos não nestes termos) ‘comunicacional’ –, que seria o de (entre outros objetivos que podem ser infinitamente invocados à produção artística, inclusive o da falta deles, que seria a sua gratuidade) produzir a imagem de maneira que reproduzisse o mais semelhantemente possível aquilo que refere; ou seja, a imitação. Assim, se o termo no capítulo anterior utilizado era ‘fidedigno’ para classificar a representação daquilo que refere como a mediação que funda a relação de comunicação, porque não se estava falando especificamente de uma representação através da imagem, mas dela (representação) em geral, produzida dentro do campo da mídia; agora o termo a ser utilizado (feito o sobrevôo estritamente dentro do necessário, pelo campo da arte) a classificar (operacionalmente) a expressão que se produz através da imagem (com o intuito

---

<sup>33</sup> Talvez se precisasse saber quando estas expressões imagéticas originariamente passaram a ser consideradas ‘arte’, ou quando passaram a ser produzidas já com uma idéia de ‘arte’. Isso apontaria, provavelmente, para uma necessidade de investigação sobre a história das imagens (do modo como a iconologia se proponha, talvez). Certamente proveitoso para o arcabouço deste trabalho, seria, para o momento, um caminho que não apontaria para os propósitos mais imediatos, de tentar entender como e por que a imagem se instalaria como um meio preponderante de comunicação midiático contemporâneo.

de comunicar) será ‘mimesis’. Adjetivo que não só seria a ligação (pois compartilhado, como natureza) entre os dois tipos de expressão imagética – ‘artística’ e ‘comunicacional’ – como talvez um dos próprios propulsores que fizessem a transição deste artifício imagético de representação de um campo (artístico) para outro (‘comunicacional-midiático’), pois quando do advento de determinada tecnologia para sua produção (a fotográfica, neste caso), atinge o ápice (até então conhecido) deste objetivo, passando a ter a possibilidade de, mais que representar, ‘registrar’ o referente. O que faria com que passasse a compor o campo da mídia, no exercício desta função, então deliberadamente como um ‘meio *para* estabelecer uma relação (‘intencional’?) de comunicação’.

Esta passagem de tratamento (de um campo a outro) da expressão imagética mimética, pois, que é o que se tentará apontar, poderia ser um dos traços fundamentais para se entender a força que uma expressão através da imagem, que na maior parte do tempo (a considerar com certa ênfase um dos objetivos da arte) buscou a representação objetiva e fidedigna da realidade que queria referir, adquire quando são descobertas tecnologias que lhe proporcionam o máximo (até então) efeito de real buscado na produção de uma imagem especular.

Tendo estes pressupostos em vista, se retomaria a segunda vertente de investigação mencionada anteriormente (pág. 59), que seria especificamente o exame das ‘*possibilidades de modos de representação da realidade*, que se modificam e se aprimoram com o avanço da tecnologia para sua produção’. Neste caso, agora, especificamente *através da imagem* como um meio especular através do qual se intenta expressar a representação o mais fidedigna possível do seu referente, então se compondo (em pelo menos neste aspecto) da mesma natureza da expressão imagética anterior ao surgimento do (de um) campo da mídia, mas passando a ‘servir’ a este (logo, reforçando uma função, a ponto de quase tornar-lhe específica) quando a possibilidade de ‘registro’ do que refere passa a estar à disposição.

Dadas as caracterizações da comunicação (aqui) estabelecidas, a hipótese a ser trabalhada, pois, seria a que vai considerar a imagem a modalidade de representação que mais se encaixaria no sentido de confirmar (ou potencializar) as características (vistas acima) de uma relação de comunicação midiaticizada (engendrada através de meios, para a mediação entre extremidades, produzidos eletro-tecnologicamente). Daí, o que se especula é que a expressão imagética mimética (ou fidedigna), utilizada como meio para comunicar, se constitua (instale-se) como um forte operador do campo midiático, instaurando os processos de midiaticização, que serão expostos sob a hipótese da comunicação através da imagem ser uma de suas condições (quicá *sine qua non* para aquilo que a midiaticização instala). O

‘encaixe’ que se tentaria aventar, então, seria justamente o da *especularidade* conclamada por Rodrigues como uma das características mais marcantes do campo da mídia (pág. 75) com o *efeito de real* adquirido na produção de uma expressão imagética, tornando-a operadora de grande porte daquele, por causa, e por efeito (sincronicamente), da instauração de um processo de midiaticização. Como é o que se vai querer demonstrar.

Trabalhada tal hipótese, uma (co-)construção da realidade, que antes era atribuída ao campo da mídia, passa a ser tratada mais especificamente tendo na imagem uma de suas inerentes ferramentas. Exposto aquilo que se consideraria uma ‘passagem’ da expressão imagética (do campo da arte) para o campo da mídia, no qual passaria a exercer explicitamente uma função ‘comunicacional’ (midiático-informativa), se começaria a antever o processo no qual esta imagem com efeito de real se imiscui. Sobre determinado ‘aproveitamento’ desta imagem produzida com alto grau de fidedignidade, já componente do campo da mídia, em função propriamente dele, cita-se alguns exemplos referentes à televisão (Bourdieu e Eco), por exemplo, que reforçariam os processos engendrados pela mídia, agora tendo a imagem como um de seus principais operadores. O início da evidente desconfiança de que a imagem, mesmo a especular, mais *cria* do que *refere* fidedignamente determinada realidade é o indício final do capítulo, que vai introduzir o seguinte, no qual o caso em que o cinema de Tarkovski filma uma pintura de da Vinci deve ser analisado à luz dos principais tópicos aqui trabalhados até lá, principalmente o da impossibilidade da completa especularidade da imagem.

#### 4.1.1 Percepção: da visão à imagem

*“O corpo torna-se inútil, bastam os olhos”.*

Eco, Umberto (1984:203).

Partindo-se do entendimento básico para esta pesquisa de que a comunicação poderia ser tomada, elementarmente, como um processo de relação humano, cujas duas essenciais condições seriam o perceber e o expressar, a compreensão da imagem como algo utilizado para esta relação de comunicação começa pelo tocante a essas duas condições. Ao se compreender ainda a percepção como a faculdade de adquirir informação do mundo exterior via sentidos (nota oito, pág. 49), estaria dado que são cinco os modos de aquisição de

informação (ou conhecimento) sensorial: visual, auditivo, olfativo, gustativo e tátil. Aristóteles abre a *Metafísica* (dedicada às possibilidades e graus do conhecimento), distinguindo um destes modos:

todos os homens têm por natureza o desejo de conhecer: uma prova disso é o prazer das sensações, pois, fora até da sua utilidade, elas nos agradam a si mesmas e, mais que todas as outras, as visuais. Com efeito, não só para agir, mas até quando não nos propomos operar coisa alguma, preferimos, por assim dizer, a vista aos demais. A razão é que ela é, de todos os sentidos, o que melhor nos faz conhecer as coisas e mais diferenças nos descobre (1979:11, livro I).

Popper, sobre o tema, por exemplo, refinaria a concepção aristotélica apresentando uma distinção entre informação e conhecimento. Para ele, é “obviamente verdade que nossos órgãos dos sentidos nos *informam* sobre o mundo a nossa volta, e que são indispensáveis para esse efeito” (1999:21). Contudo, não se poderia “concluir daí que o nosso *conhecimento* começa com a percepção dos sentidos”<sup>34</sup>. Nota-se, na concepção de Popper, uma ‘elevação’ da idéia de conhecimento (ou na utilização do termo, ao menos). Todavia, seu uso em relação aos sentidos não se opõe à idéia de que a função genuína destes seja a de nos fornecer acesso ao mundo exterior. A diferença é que Aristóteles utiliza o termo ‘conhecimento’ porque considera mesmo determinada imediatividade entre a afecção e o conhecimento, enquanto que Popper consideraria a afecção como uma colheita de informações. De todo o modo, os órgãos dos sentidos, aristotelicamente, ao receberem informações do mundo exterior, não deixam de também serem pensados como condição para o conhecimento<sup>35</sup>. O que não alteraria substantivamente a idéia tomada como básica aqui: de que os sentidos, como a possibilidade para um perceber, sejam condição, também, para um processo de comunicação.

Desta forma, a afirmação de Popper de que os olhos teriam se desenvolvido “aparentemente” para que “coisas vivas capazes de mudar de posição e de se moverem possam ser avisadas a tempo de encontros perigosos com objetos duros que possam causar-lhes danos” (1999:21), reforçaria a essência da função da visão. Mesmo que neste estágio originário citado pelo autor sua função seja rusticamente informacional, não se pode negar que desde aí ela é condição para a formação posterior de conhecimento advindo do trabalho

<sup>34</sup> Guy de Maupassant denunciaria, no conto “Carta a um louco”: “... porque sendo nossos sentidos apenas em número de cinco, o campo de suas investigações e a natureza de suas revelações se acham muito restritos” (2006:55).

<sup>35</sup> Para Aristóteles, a mera afecção pelos sentidos já conferiria conhecimento ao ser que sente. Na sua teoria, conhecer é ser, de alguma maneira, a coisa conhecida, por similitude, ao se ser afetado pela forma da coisa a qual, pelos sentidos, se entra em contato. ‘Mera’ afecção que em Descartes e Locke já não garantirá o conhecimento do conteúdo da coisa percebida, ainda que permaneça sendo a *condição* para percepção da existência dos corpos do mundo exterior.

com essas informações, captadas pelo sentido da visão, e, conseqüente e inerentemente, para uma relação de comunicação<sup>36</sup>. Assim, por ‘mais diferenças que nos descobre’ em relação ao mundo exterior, é que vai ser, conforme Aristóteles, o melhor dos sentidos que nos permite conhecê-lo, ou o que melhor nos dará informações (para isso), logo; o aparentemente mais servil também à comunicação, infere-se, entendida como relação humana.

Sontag, para exemplificar o apelo da visão nos homens para o conhecimento do mundo exterior, no que se poderia considerar o perceber uma das extremidades básicas de um processo de comunicação, lembra narração de Sócrates, na República, de Platão.

Ao avançar, um dia, do Porto de Pireu, para além do muro norte da cidade, Leôncio avistou os corpos de alguns criminosos que jaziam por terra e o executor de pé, ao lado. Quis ir até lá e vê-los, mas, ao mesmo tempo, sentiu repulsa e tentou desviar-se. Lutou durante algum tempo e cobriu os olhos, mas, por fim, o desejo foi excessivo para ele. Abrindo bem os olhos, correu até os corpos e gritou. “Pronto, aí está, olhos malditos, regalem-se à vontade com essa bela visão (Platão, *apud* Sontag, 2004:81)<sup>37</sup>.

Também sobre o entendimento do apelo que a visão como modo preferencial de acessar o mundo faz ao homem, e o conseguinte apelo que as imagens farão à faculdade de visão do homem, Padre Antônio Vieira se pronuncia, ao pregar que

importa pouco que as nossas palavras sejam divinas, se forem desacompanhadas de obras. A razão disso é porque as palavras ouvem-se, as obras vêem-se; as palavras entram pelos ouvidos, as imagens entram pelos olhos, e a nossa alma rende-se muito mais pelos olhos que pelos ouvidos (1995, v. 2)<sup>38</sup>.

Do mesmo modo como Vieira parte da maior suscetibilidade da visão para atribuir suposta superioridade das imagens em relação a outros tipos de expressão, Debord lembra as palavras de Feuerbach quando este, no século XIX, afirma que “... sem dúvida o nosso tempo [...] prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser...”<sup>39</sup> (1968:13). E, seguindo a citação, o próprio Debord abre seu texto afirmando que “tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (*ibidem*), o que faz com que, tendo corroborações como as de Baitello Jr, por exemplo, ao mencionar que “o crescente

<sup>36</sup> Aumont, ao mencionar três funções para a imagem (que define como modos de relação com o mundo), na segunda delas, o ‘modo epistêmico’, afirma que “a imagem traz *informações* (visuais) sobre o mundo”, e em seguida denomina este modo como “função geral de *conhecimento*” (1999:80); ou seja, não se apercebendo da diferença, ou não necessitando diferenciar (para o que se propõe) especificamente ‘informação’ e ‘conhecimento’.

<sup>37</sup> Referência do texto original: 439e - 440a.

<sup>38</sup> Sermão da Sexagésima, 1655, Capela Real, Brasil.

<sup>39</sup> Prefácio da segunda edição de “A essência do cristianismo”, de 1841. Edição em português: **A essência do cristianismo**, Campinas: Papirus, 1988.

povoamento dos espaços urbanos pelas imagens ocorre com celeridade progressiva a partir do Renascimento e se exacerba no século XX” (2005:88), apareça como inevitável a recorrência à afirmação genérica, relativa e impressionística de que tenha sido atingida, e esteja em curso, uma ‘era da imagem’<sup>40</sup>.

Para Sontag, um dos possíveis motivos desta superioridade da imagem, advinda deste apelo específico ao seu sentido correspondente, estaria claro: “a imagem é um convite ao olhar” (2004:39). Mas mais do que isso – porque o som também é ao escutar, a superfície ao tocar, o sabor ao degustar, o aroma ao cheirar –, se poderia dizer que a imagem ‘convidaria’, porque ‘chama’ o olhar (como no exemplo da narração de Sócrates destacado pela própria Sontag – ainda que ali fosse uma cena original, não transformada numa representação imagética dele, mas que também se oferece aos olhos), para então não evocar nem simplesmente referir, mas para *mostrar*. Ou seja, considerando que o que se expõe à *visão* oferece a possibilidade, em relação à ação dos outros sentidos, de ter descobertas mais diferenças (ainda que aparentemente, mas certamente mais instantaneamente) entre as coisas do mundo exterior, a imagem se constituiria na expressão (no modo de representação) que mais aspectos ofereceria ao seu sentido respectivo uma ‘aproximação’ com aquilo que refere.

Aumont indica esta ‘aproximação’ ao mencionar a “relação mimética mais ou menos acentuada” que uma imagem tem com o real (1990:83). Partindo de Gombrich, lembra que o reconhecimento<sup>41</sup> (que se tem em relação às imagens) se daria porque “... muitas características visuais do mundo real encontram-se tais quais nas imagens”. Assim, “até certo ponto, vê-se nessas últimas “a mesma coisa” que na realidade: bordas visuais, cores, gradientes de tamanho e de textura, etc.” (1990:82). Possibilidade devida, entre outros fatores, a outro conceito gombrichniano, o de *constância perceptiva*, “que está na base de nossa apreensão do mundo visual, ao nos permitir atribuir qualidades constantes aos objetos e ao espaço”, bem como “no fundamento de nossa percepção das imagens” (1990:82), já que as olhamos da mesma maneira que olhamos o real. De onde poderíamos inferir que percebemos as imagens representativas (produzidas com o fim mimético) praticamente da mesma maneira que percebemos o mundo.

---

<sup>40</sup> Em contrapartida (ou tentando distanciar-se de uma definição que se acaba nela mesma), Aumont, na abertura de ‘A imagem’ (1990:14), já sentencia ser “banal falar de ‘civilização das imagens’” e conclui o mesmo texto afirmando idéia semelhante com a qual Barthes abriu a introdução dos “Elementos de Semiologia” ao dizer que “a despeito da invasão de imagens, somos ainda uma civilização da linguagem verbal” (1964:12).

<sup>41</sup> Para Gombrich (**Arte e ilusão**, São Paulo: Martins Fontes, 1995), ‘reconhecimento’ e ‘rememoração’ são duas formas principais de investimento psicológico na imagem.

Nada impediria de se pensar, todavia, que o mesmo ocorre em relação à audição, por exemplo (se escutamos a gravação de uma voz ou de um ruído, poderíamos crer que fosse o próprio desde sua origem natural e não de um aparelho que os reproduz), e considerar que também os outros sentidos acessam a reprodução (representação) do que é dado a eles da mesma forma que acessam o mundo. A diferença em prol da imagem, neste caso<sup>42</sup>, poderia estar na posição aristotélica, corroborada (ainda que em termos) pela popperiana, e chancelada por Padre Vieira ao considerarem que seria a visão, dentre os sentidos, na medida em que nos informa sobre o mundo exterior, que ao nos permitir descobrir mais diferenças (neste caso, detalhes) nos objetos dele percebidos, permite-nos que os percebamos, através da percepção visual (e de sua ‘constância perceptiva’) de uma imagem que o represente praticamente do mesmo modo que os veríamos na realidade.

Dada a tentativa de estabelecer por determinada superioridade do sentido perceptivo da visão uma possível superioridade da imagem entre os meios através dos quais se expressa uma representação da realidade (ainda que esta consequência forjada não possua garantias suficientes, mas, talvez, aqui, operatórias), uma diferenciação salutar ainda que aparentemente óbvia (e talvez instrumental para esta pesquisa) precisaria ser feita. Se por base (também instrumental) foi tomada a comunicação como um processo de relação entre duas extremidades que se ligam através da mediação operada por um meio produzido intencionalmente para comunicar, as funções básicas das extremidades se dariam justamente, neste caso, pela visão (o perceber), e pela imagem (o expressar). Se pudermos considerar, ainda, operatoricamente (sem prejuízo à análise do processo de comunicação na medida em que o foco de interesse é o que está *entre* as extremidades, e não os mecanismos internos de funcionamento dessas extremidades), a ‘percepção’ como a faculdade da sensação específica de cada órgão dos sentidos na função de ser a porta de entrada das informações sobre o mundo na medida em que só eles, sentidos, no homem, acessam o mundo, se poderia inferir

---

<sup>42</sup> Em prol da imagem em relação ao som, principalmente, porque seriam esses dois modos os mais propícios à representação fidedigna do referente, já que aromas, gostos e superfícies não se prestam comumente para tal. Gombrich (1995:19, 20), baseado em Riegl, autor que para ele teria escrito “a mais ambiciosa tentativa já feita para interpretar todo o curso da história da arte em termos de mudança dos modos de percepção com a obra *Die spätromische Kunstindustrie nach den Funden in Österreich* (“A indústria artística do Império Romano tardio segundo as descobertas no Império Austro-húngaro”, de 1901) lembra que, na história da produção artística, considerar-se-ia o tato como o sentido mais ‘objetivo’ de percepção do mundo. Daí que as coisas primeiramente seriam reproduzidas tais como apareceriam à sensibilidade tátil, que informaria sobre suas formas permanentes, “independentemente do ponto de vista (espacial, do observador), que é variável”. Para Riegl, segundo Gombrich, a inserção da subjetividade, na maneira de levar em conta a perspectiva, se deu pela valorização da visão como sentido a ser principalmente considerado na percepção do mundo para que daí se produzisse obras a fim de representá-lo mimeticamente, o que se observaria na concepção do espaço tridimensional como visto majoritariamente na Renascença. Nesse sentido, a história da arte poderia ser resumida, em termos de percepção da realidade como condição para sua expressão em objetos artísticos representativos como “um movimento do tato para a visão”.



que, salvo mutações genéticas consideráveis, o fundamento das funções de sensibilidade dos sentidos de percepção humanos não sofreria alterações que lhe modificassem a funcionalidade<sup>43</sup>. Não seria, provavelmente, por razão muito distante desta que Aumont assinalaria: “... a percepção das imagens, **contanto que se consiga separá-la de sua interpretação** (o que nem sempre é fácil), é um processo próprio à espécie humana, [...]. A parte do olho é a mesma para todos...” (1990:74). E concluiria afirmando que “... apesar das enormes diferenças que são manifestadas na relação com uma imagem particular, existem constantes, consideravelmente trans-históricas e até interculturais, da relação do homem com a imagem em geral” (*ibidem*, 77).

A diferença a ser estabelecida, assim, seria a de que, considerando praticamente inalterada (para os propósitos deste trabalho, que não se ocupa de análise oftalmológica) a função de uma das extremidades do processo de comunicação no papel de ‘porta de entrada’ às informações exteriores – a percepção (visual, que apesar das modificações na produção das imagens que são oferecidas a ela, segue igualmente *vendo*) –, a matéria de análise conseqüentemente se constituiria na outra extremidade: a expressão. Esta função, dentro do processo de comunicação, seria a que, com o avanço da tecnologia, poderia sofrer alterações na produção de seus objetos (meios) de representação (fidedigna; mimética) da realidade. Possibilidade de modificação que poderia ser a que Augè se referiria quando quer “saber o que acontece com nossa relação com o real quando *mudam as condições de simbolização*”.

Ou seja, se dentro de uma relação de comunicação que intenta representar a realidade o que muda são as condições de se engendrar essa expressão representativa, o foco da investigação aponta para a produção desta expressão. Se a mediação (que caracteriza a comunicação) que interessa investigar como pode ter adquirido tanta importância é a feita *através da expressão por uma imagem* mimeticamente representativa, teríamos a análise das possibilidades de modos de *representação imagética*, no decorrer do avanço da técnica para

---

<sup>43</sup> Mesmo quando dizemos que passamos a “ver mais”, principalmente em função das possibilidades eletrotécnicas de produção e transmissão de imagens (ou representações imagéticas), parece ser menos uma modificação na funcionalidade da visão do que a alteração naquilo que lhe é oferecido. Ou a mudança se dá na própria produção de uma imagem, especificadamente (na produção e/ou transmissão de imagens engendradas com equipamentos dotados de tecnologia capaz de melhor defini-la), ou acontece no acesso através do qual se vê (qualquer instrumento, exterior à visão, a socorrê-la: óculos, binóculo, telescópio, etc.). Neste sentido é que parece estar o fundamento da idéia de ver ‘mais’ ou ‘melhor’. Por outro lado, é claro que a faculdade da visão também pode sofrer mudanças ela mesma. Uma intervenção objetiva como uma operação fisiológica no seu órgão responsável, ou determinada necessidade inerente de adaptação do órgão da visão às condições de vida, como no invariavelmente mencionado exemplo dos esquimós, que necessitam distinguir ‘intensidades’ da cor branca porque vivem rodeados por tons dela, ou de alguém que vivesse permanentemente num lugar sombrio, que adaptaria sua visão à tal condição. Em todo o caso, o ‘ver’ não sofreria mudanças na sua originária e genuína função, mas determinados apuros ou degenerações específicas – o que, ainda assim, não faria com que a funcionalidade da percepção mudasse, mas talvez os sentidos que se dá, depois, àquilo que a percepção acessa.

tal, como considerável parte da matéria de pesquisa. Dentro de uma idéia de processo de comunicação cuja imagem é o meio através do qual se quer representar a realidade, sob um ponto de vista que se considera, aqui, agora, *comunicacional*, investigar-se-lhe-ia entendendo-a como uma *comunicação imagética*, que se modifica (e possivelmente modifica o processo de relação entre os homens que a usam para se comunicarem) de acordo com a possibilidade que o avanço da tecnologia empregada na sua produção (e transmissão) lhe proporciona. E principalmente, os possíveis motivos, caminhos e/ou razões advindos daí para esta sua suposta superioridade como meio de (*para*) comunicação dentro de um campo que vem a ser o da mídia.

#### **4.1.2 Expressão: avanço da tecnologia e mudança de campo (e de função) da representação (mimética) da realidade**

No momento, então, em que investigar a parte que permaneceria com a mesma função – *percepção através da visão* – não parece ser suficiente para perceber ‘o que acontece com nossa relação com o real quando mudam as condições de simbolização’ (Augè), a investigação, com efeito, passaria a ser sobre a parte desta relação de comunicação que se modifica (e que se modifica substancialmente a partir do momento em que uma nova tecnologia de produção pode ser nela empregada; tecnologia que é, conforme Rüdiger, um dos fatores que possibilita o surgimento da ‘comunicação’ como matéria específica de reflexão; logo, com influência também para o ponto de vista pelo qual passará a ser entendida uma representação imagética): a *expressão através da imagem*.

As modificações que foram sendo possíveis implantar no modo com que se produz uma expressão imagética<sup>44</sup> poderiam ser consideradas, agora sim, como aquilo que Rodrigues e Sodré afirmavam em relação à percepção: uma ‘reestruturação’, um ‘ajuste’, ou ainda, a partir daí, um progresso (ainda que não necessariamente teleológico) no processo de produção das expressões imagéticas. Neste sentido, talvez parte considerável da história da arte (plástica, ou imagética) fosse uma área (entre outras) que tentasse dar conta desta evolução na

---

<sup>44</sup> O uso do termo ‘expressão (ou representação, ou comunicação) *imagética*’ e não *visual* não aparece por acaso nem é recurso estilístico de texto. Ele marca também uma tomada de posição em relação à idéia de que o que muda num processo de relação (humano) entendido como comunicação no qual as bases são o perceber e o expressar é marcadamente a expressão. Daí que a expressão não é *visual* (não se dá através da *visão*) porque não denomina algo que se expressa *pelos* olhos – ainda que os olhos certamente possam ser considerados muito ‘expressivos’ –, mas *para* os olhos, isto é, uma *imagem*: por isso ‘expressão *imagética*’.

técnica – técnica entendida como ‘modo de fazer’, a partir dos recursos estabelecidos à produção – da representação imagética. Representação a qual, enquanto expressão, permite que a (história da) comunicação (que se pode considerar relativamente curta, se tida como matéria de reflexão específica com este nome a partir do início do séc. XX, como assinalado por Rüdiger) compartilhe dessas modificações na produção de uma expressão através da imagem e se valha delas para a sua função de expressão representativa – que certamente não é uma função de mesma ordem da artística, ainda que ambas possam ‘servir’ para representar a realidade que referem (da maneira mais verossímil possível).

Se se considerar que o âmbito da arte (o da produção e/ou o da teoria, ambos a seu tempo) seja um dos originários do exercício da expressão através da imagem, seria preciso levar em conta um de seus objetivos quase que permanentes, o da ‘fidelidade’ (ou ‘objetividade’) da representação imagética da realidade referida nesta produção. Como afirma Gombrich, por exemplo, desde a Antiguidade, “a conquista da ilusão pela arte era proeza tão recente, que toda a discussão sobre pintura e escultura inevitavelmente girava em torno da imitação, *mimesis*” (1995:11). Considerando as concepções teóricas de Vasari<sup>45</sup> a respeito de determinada objetividade da representação pictórica no Renascimento, e os tratados de Ruskin sobre os pintores modernos<sup>46</sup> no século XIX, dos quais segundo Gombrich se poderia interpretar “a história da arte como uma progressão até a verdade visual” (*ibidem*, 15), não se poderia deixar de assinalar toda uma tradição, independente do estilo (ou período) artístico, voltada para a representação com o objetivo de reprodução da realidade a mais fiel que suas técnicas de expressão pudessem tornar possível.

Nesta passagem por uma teoria da arte imagética (que invoca a *mimesis* como um de seus objetivos), a fim da tentativa do estabelecimento de uma mesma função representativa que a produção imagética artística lograria à produção imagética ‘comunicacional’ (midiática), não custaria lembrar, como o faz Falabella (1987:07), no início de um texto que se debruça justamente sobre o caminho da *mimesis* à abstração na história da arte, a afirmação de Dürer (1471-1528) de que “um pintor terá trabalhado bem quando conseguir copiar com precisão uma figura de acordo com a vida, de modo que seu desenho se assemelhe ao modelo e se pareça com a natureza”<sup>47</sup>. Deste ideal posto desta maneira no século XVI, a autora

---

<sup>45</sup> Giorgio Vasari, dos mais importantes biógrafos de artistas renascentistas (textos nos quais faz crítica e teoria da arte, como em “A Vidas dos Artistas e As Vidas dos Pintores, Escultores e Arquitetos, Volumes I e II”), também pintor e arquiteto da Renascença.

<sup>46</sup> Ruskin, John. “*Modern Painters*”, 1843; escrito em defesa do pintor inglês W. Turner. Cf. Gombrich, 1995:14.

<sup>47</sup> Dürer, Albrecht. “Tratado de Perspectiva”. In Osborne, Harold. **Estética e teoria da arte**. São Paulo: Cultrix, 1970, p. 65

remonta a sua origem, lembrando que “a representação convincente do corpo humano é um ideal perseguido [já] pela escultura greco-romana, ao lado da busca da proporção ideal, da harmonia das formas e do ritmo”. Deixando claro estar falando da arte figurativa, afirma ainda que “a justeza dos eixos das figuras, a análise de suas proporções e a representação correta dos movimentos são preocupações das artes figurativas, evidenciando o desejo de tornar **verossímeis** os seres representados” (*ibidem*, 19).

Assim, Falabella oferece um breve resumo da história da expressão imagética artística, do qual interessaria observar aqui o constante objetivo da representação fidedigna da realidade (*que se supõe será herdado pela expressão imagética ‘comunicacional’, no tocante a uma sua função dentro do campo da mídia*), como fica claro quando salienta que “o caminho que havia sido apontado pela Grécia e retomado com entusiasmo pelo Renascimento, passará tanto pelo Barroco e Rococó como pelo Neoclassicismo e Romantismo, será alargado pelo Realismo e estender-se-á até o Impressionismo”. De modo que “a partir desse momento [Renascença – período que já havia sido referido Baitello Jr., pág. 90], a *mimesis* irá colorir, com exceção do Maneirismo, todos os complexos artísticos que se sucederão no Ocidente até o final do século XIX” (*ibidem*, 23). No Barroco, a *mimesis* é levada às últimas conseqüências; no Rococó, mantém o princípio da cópia da natureza, louvando tanto a imitação de objetos reais como ideais. No Romantismo, embora o paradoxo entre a ênfase dada ao sentimento do artista e o traço expressivo daí resultante, que faz passar por natural sua ficção, a bandeira do período ainda é a ‘verdade na Arte’ – isto é; seguindo a idéia do verossímil e convincente, mesmo que fantástico, “a *mimesis* continua, portanto, presente”: “deslocou-se seu objeto, mas ela conserva sua intencionalidade”, afirma a autora (*ibidem*, 26)<sup>48</sup>. O Realismo, segue Falabella, vai deter-se, “no mundo das coisas concretas”, excluindo assuntos mitológicos, e fixando-se na paisagem próxima; nos temas que o artista conhece de perto. A ambição da pintura realista é a representação da natureza “tal qual é, tal qual existe”, com a intenção de captar uma “fatia da vida”<sup>49</sup> (*ibidem*, 27). Mas se no Realismo se poderia constatar a reprodução da realidade ‘tal qual era’, o Impressionismo introduz a idéia de que na

---

<sup>48</sup> Intenção de objetividade do artista (pintor) que se poderia enxergar em outro exemplo de alusão à pintura, como o de Foucault, quando na glosa à ‘As Meninas’, refere-se à obra de Velázquez (1599-1660) como um “fragmento retangular de linhas e cores, encarregado de representar alguma coisa aos olhos de todo espectador possível”. E quando nos faz descobrir que vemos a pintura que vemos pelos olhos de quem olha o pintor, refere-se ao que nós vemos (que é a própria tela “As Meninas”) como “o pintor e sua realidade representada, **objetiva**, de pintor trabalhando” (1990:24). Isto é, denotando exatamente a objetividade do pintor na representação imagética da realidade que quer referir.

<sup>49</sup> Falabella anota que “a expressão ‘fatia da vida’ foi criada pelo autor dramático Jean Jullien e adotada pela escola realista para designar as obras de caráter mimético como as de Coubert”, assinalando que esta intenção, neste período, é o ideal da Pintura, assim como o de outras artes.

tela está a realidade “tal qual *eu a vi*”. O desejo impressionista é registrar “os fenômenos luminosos, captando-os no momento único em que se verificam”. Assim, “o cuidado em pintar o que vê nas coisas, e não o que sabe delas” leva o artista a “perder as próprias coisas”, reintroduzindo a subjetividade. Mas se ela, subjetividade, o afasta do Realismo, a permanência na vontade impressionista de *reproduzir o real* acaba por ser a continuação natural realista: “no desejo de registrar o que o olho percebe, o Impressionismo ainda se liga à mimesis”, conclui a autora (*ibidem*, 29).

Porém, em determinado momento da história da arte, esta intenção da reprodução fidedigna do referente declinaria. Falabella indica este período lembrando uma observação de Kandinsky de que num quadro de Monet o ‘assunto’ parecia estar ausente. Daí, segundo a autora, poderia estar uma inferência de um possível nascedouro da dúvida sobre a necessidade da referência – da representação de um objeto existente (na realidade) – como elemento importante na pintura. Em fins do século XIX e início do XX, então, a abstração se instauraria na representação imagética artística. Ao invés da mimesis, a harmonia de cores e formas, para além do registro das aparências fugazes, passaria a ser dos principais objetivos desta forma de arte, antes bastante mais ocupada com a imitação. A revolução no modo figurativo de representação imagética faria predominar nesta época, desta forma, no campo da arte, o que se convencionou denominar Expressionismo. Originado por volta do ano de 1850<sup>50</sup>, a produção artística expressionista simplesmente teria abandonado as conquistas da arte desde o século XIV, quando a introdução da perspectiva na representação pictórica fora o grande avanço do período bizantino para o renascentista – em que o verossímil (na representação de um referente real, ou ideal) atingira seu ápice, até então, na história da representação imagética. Desprezando também os contrastes de luz e sombra, e fazendo o traço do desenho perder o interesse para o pintor, o Expressionismo viria a se constituir na arte da deformação; a que teria a coragem de adotar o feio, por exemplo (ou o disforme), e impregnar na representação imagética da realidade a angústia humana, através da expressão, via imagem pictórica, de seus aspectos abjetos e sua vulnerabilidade, *livrando a arte (e conseqüentemente a expressão imagética produzida nesta campo) de um convencionalismo que a prendia à mimesis*<sup>51</sup>.

---

<sup>50</sup> Tema apresentado e debatido em palestra de Armino Trevisan (professor de filosofia, arte e literatura – UFRGS), proferida no Museu de Arte do Rio Grande do Sul Ado Malagoli – MARGS, em Porto Alegre, intitulada ‘Expressionismo Alemão’, por ocasião da exposição ‘Paula Modersohn-Becker e os artistas de Worpswede’, em 25.11.2008.

<sup>51</sup> Mais do que isso, conforme Robert Kudielka (crítico de arte, diretor do departamento de Belas Artes da Akademie der Künste Berlim-Brandenburg, na Alemanha, em palestra intitulada ‘A obrigação de expressar: a arte moderna e a crise da expressão’, proferida durante ‘Ciclo de Palestras’ ocorrido por ocasião da exposição ‘Iberê Camargo: moderno no limite 1914-1994’, no Museu da Fundação Iberê Camargo, em 12.08.2008, em Porto Alegre), a pura/mera expressão, na arte, era a própria denúncia de que poderia não haver mais o que

Deste modo, aquele ideal, assinalado por Falabella, de que “a arte não precisa mostrar o verdadeiro, não precisa reproduzir com exatidão o real, mas evocá-lo de modo que as situações, caracteres e emoções retratados sejam convincentes, pareçam verossímeis” (1987:17), parece se repartir em dois. Se a primeira parte – de que a arte não precisa evocar o verdadeiro nem reproduzir com exatidão o real – permanece, e é levada ao extremo pela modernidade e contemporaneidade artística (o expressionismo, e o que vem depois dele em termos de expressão imagética artística); a segunda parte – de que a arte precisa retratar o real de modo convincente e verossímil – sucumbe à nova função que a arte se dá (: a expressão artística por ela mesma). A representação mimética da realidade não é mais, então, dos maiores encargos da arte. E se num período concomitante a esta mudança de objetivos no campo da produção artística advém uma tecnologia que permite à expressão imagética (num ínterim em que este tipo de expressão – através da imagem – começa a ser utilizado por outro campo que começa a se formar: o da comunicação) reproduzir com a maior fidelidade (ou mimetismo) até então possível o referente que representa, o seu uso (e, talvez, em consequência, a sua força), passa a se instaurar com um objetivo mais claro e deliberadamente mais específico; dentro de um novo campo, que vai ter esta função da representação objetiva uma das suas (se não a) maior marca.

O que se pretende supor é que, tendo uma mesma natureza ‘expressiva’ como a da arte, seria tomada (herdada) pelo campo da ‘comunicação’ uma função – que na verdade é sempre uma tentativa: um objetivo – de representação imagética ‘convincente’, ‘verossímil’, ‘fiel’ e ‘objetiva’ da realidade. Herança que poderia ser entendida quando Gombrich aponta que, na direção da imitação da realidade, o “progresso da arte era, para o mundo antigo, o que é hoje, para o moderno, o progresso da técnica” (1995:11). Idéia de progresso na técnica que permitiria compreender através de dois fatores o *encaixe do campo da comunicação neste exercício até então pertencente ao da arte*. O primeiro fator seria levar em conta que se a comunicação, enquanto campo social – o que lhe dá legitimidade perante os demais campos, como visto em Rodrigues –, surge a partir do reconhecimento da função publicizadora dos meios de comunicação, esta fidelidade da representação do referente seria seu próprio objetivo, que confirmaria sua função e asseguraria sua legítima existência social. O segundo

---

expressar (ao menos figurativamente; ou mesmo em termos de conteúdo, como denunciavam escritores e autores do teatro do absurdo, por exemplo). Ou seja, o movimento moderno na arte parecia constituir-se no expressar, justamente pelo ‘expressionismo’, a crise da própria expressão, que havia chegado ao cume de sua função mimética. Agora, com um vazio de conteúdo, a pintura expressionista expressava algo em si, não estando mais a serviço de (outro) algo: não se tratava mais da representação verossímil e convincente de um referente determinado da realidade, mas a representação dela mesma, pintura, nela mesma – talvez de um referente abstrato que então, sim, fosse a própria realidade, mas não mais aquela das fugazes formas que se imitava.

seria que, em função disso, o avanço da tecnologia (aquela mesma que fazia, entre outros fatores, a comunicação nascer como matéria específica de reflexão) para a produção de seus meios – imagéticos, inclusive, e talvez principalmente – para a representação da realidade atingia níveis que imputavam ao campo da comunicação sua característica *especular*, ou seja, o ‘efeito de realidade’ que Rodrigues (1999:27; aqui, à pág. 75) considerava como o “mais notável” que o campo da mídia poderia exercer sobre nossa experiência do mundo.

O caso é que se na arte o uso da técnica na produção da expressão imagética representacional artística, ainda que com o objetivo de imitar a realidade até ‘a verdade visual’, sempre foi marcada e deliberadamente uma ilusão, justamente porque *arte* – pois sua técnica manual jamais supôs um ‘registro’ como próprio reflexo (automático) da realidade que referia –, o uso de uma técnica mais avançada na produção de uma expressão imagética representacional comunicacional (midiática) passa a ter a função (e o investimento, tanto de quem expressa como de quem percebe) de representar a realidade o mais fielmente possível em relação ao seu referente, justamente em razão do advento de uma técnica que possibilita a produção de uma expressão imagética com essa característica (de efeito de real), tornando-a, possivelmente, daí (entre outros fatores), *comunicação (social)*. Neste caso [da comunicação], o efeito de real, como seu grau de especularidade é praticamente indubitável (a fotografia faz crer que se vê o que ela representa ‘como ele é’), **não** pressupõe deliberadamente uma ilusão – ao contrário, pressupõe (ou exige; necessita) uma crença de que ‘foi assim’ como está sendo ‘mostrado’ que se deu aquela realidade que refere. Esta crença (por parte de quem percebe) seria a própria condição funcional para a existência de um campo que passa a assumir a produção de um tipo de imagem com o objetivo que grande parte da produção artística sempre perseguiu. Flusser, por exemplo, faz a distinção entre estes dois tipos de expressão imagética ao assinalar em relação às imagens produzidas a partir de uma nova tecnologia que

o caráter aparentemente não-simbólico, objetivo, das imagens técnicas faz com que seu observador as olhe como se fossem janelas, e não imagens, o observador **confia** nas imagens técnicas tanto quanto confia em seus próprios olhos (2002:14).

Enquanto que “no caso das imagens tradicionais”, diz ser

fácil verificar que se trata de símbolos: há um agente humano (pintor, desenhista) que se coloca entre elas e seu significado. Este agente humano elabora símbolos “em sua cabeça”, transfere-os para a mão munida de pincel, e de lá, para a superfície da imagem (*ibidem*).

Como o artista (pintor) não tinha uma câmera (de registro fotográfico), a expressão de uma representação da realidade ainda dependia ‘organicamente’ de si. Ou seja, sem a possibilidade (técnico-mecânica) de a pintura ser usada pelo artista como uma máquina fotográfica (e talvez se houvesse a possibilidade a função mimética teria deixado o campo da arte mais cedo, e se transferido a outro campo fundado pelas possibilidades representacionais miméticas implantadas pela natureza da fotografia), o pintor (pré-fotográfico) tem um ‘consentimento’ para a necessariamente ‘deliberada’ imitação do real, já que é o único modo de conseguir reproduzi-lo. Assim, a situação (de uma ‘invasão’ de imagens, em função da facilidade de sua produção com efeito de real) estaria ‘sob controle’, pois jamais seriam vistas, as representações imagéticas pictóricas, como ‘janelas’ (Flusser), e, talvez por isso, uma desdita em relação a estar-se ou não numa ‘era da imagem’ nem fosse pensada (pois sem a tecnologia que permite o efeito de real numa imagem e sua transmissão instantânea e simultânea ao mesmo tempo, uma representação imagética não seria supostamente alçada a um dos principais meios para uma sua função que passa a ser intencional e especificadamente de comunicação)<sup>52</sup>. Nesta ‘sobra’ da função de uma expressão através da imagem mimeticamente representativa do campo da arte, onde é inevitavelmente e marcadamente simbólica, para o campo da comunicação (midiática), onde precisaria ser necessariamente fiel (pois é com esta função, e não outra, que constitui seu campo, e sua validade social) é que poderia constar um dos nós da questão.

#### **4.1.3 Pictórico x técnico: (crença e mediação)**

Sinais desta troca de função de uma expressão imagética (mimética, fidedigna) – e de campo a dar conta dela – poderiam ser percebidos em algumas abordagens que se passa a fazer sobre a representação imagética, num tempo que a tecnologia já permite a produção de imagens com ‘efeito de real’. Gombrich, por uma via que ainda não enxerga o contexto a partir do campo de conhecimento da comunicação, apresenta, de passagem, um quadro da representação imagética que equivaleria à afirmação de estarmos na ‘era da imagem’. Nota-se que ao não ter este diagnóstico a partir do campo da comunicação, seria possível, ao invés de

---

<sup>52</sup> Seria preciso, aqui, talvez, pesquisar as ilustrações em jornais impressos, por exemplo, que acompanhavam os textos antes do advento da publicação de fotografias no seu lugar, para ter uma medida do possível ‘efeito’ de tais expressões imagéticas.



tomá-lo como banal tal afirmara Aumont (nota 37, pág. 90), compreender que, visto do campo teórico da arte (pelo menos por um de seus representantes), tal constatação pode parecer mais surpresa do que obviedade. Ou seja, quando a representação imagética pictórica predominava, não parecia ser por um conceito de ‘comunicação’ (de um campo de conhecimento que a considerasse um meio para tal) que se a pensava. Como se vê na afirmação do autor, quando se fala numa predominância da imagem, a pintura, se mencionada, é um dos modos de representação imagética entre tantos outros já devedores da nova tecnologia à disposição para a produção de imagens.

Nunca houve antes época como a nossa, em que a imagem visual fosse tão barata, em qualquer sentido que se tome a palavra. Estamos cercados, investidos, por cartazes e anúncios, por histórias em quadrinhos e ilustrações de revistas. Vemos aspectos da realidade representados nas telas de televisão e de cinema, em selos postais e embalagens de comida. A pintura é ensinada na escola e praticada em casa como terapia e passatempo, e muito amador domina truques que pareceriam pura mágica a Giotto (1995:08).

Ainda que diagnosticado em 1959 (cinco anos antes de Barthes declarar, na introdução aos ‘Elementos de Semiologia’, que a despeito da invasão das imagens, éramos uma civilização da linguagem verbal – nota 37, pág. 90), a surpresa de Gombrich, além de aparentemente ingênua, demarcaria a acusação de uma mudança. Não seria à toa que na sua constatação estão citados “aspectos da realidade representados”, e a provável surpresa de Giotto<sup>53</sup> perante os truques ilusionistas imagéticos em prol da fidelidade do referente representado através da imagem. Gombrich estaria preocupado com o que foi feito de um modo de representação da realidade – o realizado através da imagem – como atividade de expressão humana. Esta atividade – da representação imagética –, que ocupava até então o campo da arte, (e considerada a partir do ponto de vista da expressão artística), dadas as novas possibilidades técnicas com que passa a poder ser produzida, também se torna alvo da análise de outro campo de conhecimento – o da comunicação, principalmente, neste caso – que enxerga a atividade de representação imagética produzida com estas novas técnicas como uma atividade de (para) ‘comunicação social’ (ou seja – para não se deixar implícito o permanente retorno às bases aqui estabelecidas –, a engendrar, através de uma imagem que agora é um meio eletro-tecnológico (mídia) uma mediação que caracteriza o processo de relação a ligar uma extremidade que expressa algo através de uma imagem com o intuito de comunicar, e a outra extremidade que percebe esta expressão imagética).

---

<sup>53</sup> Giotto di Bondone, pintor e arquiteto italiano do fim do século XIII e início do XIV, considerado o introdutor da perspectiva, que viria a se expandir na pintura renascentista.

A mudança que Gombrich acusa, sem fazê-lo diretamente, indicaria, pois, uma ‘passagem de bastão’ entre arte e comunicação (pelo menos neste aspecto que se quer destacar; da fidelidade na representação do referente numa expressão através da imagem). Se for possível considerar que grande parte da história da pintura concentrou suas forças na reprodução mimética da realidade, a mais alta possibilidade de atingi-lo, com o advento da fotografia, teria feito, entre outros fatores, com que a arte inaugurasse um período de desligamento (majoritariamente) de tal objetivo justamente quando o ápice da concretização deste objetivo teria sido alcançado. No momento em que um retrato poderia deixar de ser produzido pela mão do artista, e passar a ser captado, em prol da fidelidade ao referente – que é seu objetivo –, por um aparato que colhesse a luz refletida do (no) indivíduo (ou objeto ou fenômeno que estivesse sendo retratado) e a imprimisse numa superfície, o nobre papel de ‘testemunho’ escaparia à arte como atributo, e escorregaria a algo que surgia justamente a partir dos, entre outros fatores, avanços tecnológicos que serviam à, entre outras coisas, produção de imagens: uma idéia que passava a se denominar de comunicação (social, e ‘midiática’).

Implícito na banal constatação do autor descobrir-se-ia, portanto, este bastão que a comunicação estaria a herdar da arte. Provavelmente por nenhum motivo mais forte se não o da sua gênese comum em se fundamentarem como uma *expressão*, exerceriam, a arte (imagética) e a comunicação, a mesma atividade de uma ‘representação através da imagem’. A permanência da menção a ‘aspectos da realidade representados’ na afirmação de Gombrich poderia ser exatamente o que lhe dá o ar de espanto, pois ao mencionar ‘cartazes’, ‘anúncios’, ‘embalagens de comida’, e mesmo ‘tevé’ e ‘cinema’, sabe que, pelo menos a princípio, não está se referindo a objetos propriamente artísticos, ao mesmo tempo em que vê claramente nestes objetos determinado objetivo que caracterizava grande parte da arte pictórica: o de representar objetivamente (fiel ao seu referente) a realidade. Como tratar estes objetos que mantêm uma característica fundamental daquilo que já não são mais (arte) é a questão que resulta da mudança implicitamente acusada na constatação de Gombrich.

Carlón, neste sentido, em estudo que tenta encontrar distinções e aproximações entre imagens de arte e imagens de informação, assinalaria que, por ser “a função indicial fotográfica radicalmente mais poderosa” (1994:35) em relação à pictórica, acarretaria à pintura uma mudança de função (social). Do que se poderia considerar um seu duplo uso – artístico e testemunhal –, a pintura, em face o advento da fotografia, ficaria ‘restrita’ à arte. À foto, graças a sua possibilidade muito mais potente de indicialidade, passaria a caber o exercício da informação objetiva, dado seu, justamente, superior poder de ‘testemunho’.

Sontag aprimora a idéia ao afirmar que “como uma imagem produzida por uma câmera é, literalmente, um **vestígio** de algo trazido para diante da lente, as fotos superavam qualquer pintura como lembrança”, e apontando nomeadamente uma função para as fotografias, as consagra como aquilo que pode oferecer “**testemunhos** do real – uma vez que alguém havia estado lá para tirá-las” (2004:25). Aumont, por sua vez, salienta que a foto, apesar de ser um artifício imagético de natureza indicial (representativa por analogia) assim como a pintura, tinha algo agora completamente diferente: era uma “espécie de **registro** ou **impressão** de uma realidade visível” (1990:179).

Esta tentativa de apreensão num conceito que ronda as idéias de ‘vestígio’, de ‘testemunho’, de ‘registro’ e ‘impressão’ do referente naquela imagem que o representa é, pois, propriamente, um dos pontos centrais dos quais Barthes se ocupa. Em ‘A mensagem fotográfica’, vai perguntar, para em seguida precisar:

Qual o conteúdo da mensagem fotográfica? O que transmite a fotografia? Por definição, a própria cena, o literalmente real. [...] é bem verdade que a imagem não é o real, mas é, pelo menos, seu *analogon* perfeito, e é precisamente esta perfeição analógica que, para o senso comum, define a fotografia (1990:12).

Na ‘Câmara Clara’, em trecho no qual não por acaso aparece alusão comparativa à pintura, surge uma ultrapassagem da idéia de ‘imitação’, só possível na representação imagética da ordem da fotografia. O autor explica que chama

de ‘referente fotográfico’, não a coisa *facultativamente* real a que remete uma imagem ou um signo, mas a coisa *necessariamente* real que foi colocada diante da objetiva, sem a qual não haveria fotografia. A pintura, essa pode simular a realidade sem a ter visto. O discurso [lingüístico] combina signos que têm, certamente, referentes, mas esses referentes podem ser (e, na maior parte das vezes são) ‘quimeras’. Ao contrário dessas imitações, na Fotografia jamais posso negar que *a coisa esteve lá*. [...] O nome do noema da Fotografia será então: “Isso-foi” [...] (1984:114-116).

Imitação através da imagem representacional, agora, que teria uma *garantia* de referir aquilo *que foi*; que aconteceu – e não mais apenas ‘simbolizar’(Flusser), ‘simular’ (o próprio Barthes), e mesmo parecer ‘convicente’ ou ‘verossímil’ (Falabella). Característica, a da *garantia*, que, provavelmente, infla a idéia de *confiança* naquilo que se vê através da imagem (‘técnica’) como referência (registro, impressão) assegurada (testemunhal) daquilo que representa. Não à toa, decerto, que, em coro com Flusser, cuja afirmação recém dizia que “o

observador **confia** nas imagens técnicas tanto quanto confia em seus próprios olhos” (2002:14), Santaella, categórica, recorre ao mesmo verbo ao repetir que “as fotografias são consideradas mais **confiáveis** do que os desenhos e pinturas”, e mais: que o que é revelado na imagem fotográfica é o “**reflexo direto** do mundo” (2007:19).

Ao mesmo tempo, adiante, volta a aludir à produção da imagem pictórica, referindo que “a câmera obscura já era utilizada há séculos para se reproduzir a pintura” (*ibidem*, 20). Desta vez em consonância com Machado, que estabelece a mesma estreita ligação entre as modalidades pictórica e fotográfica de representação imagética da realidade, quando este realça a identidade de função entre ambas ao afirmar que

a fotografia é filha legítima da iconografia renascentista. Não apenas porque, do ponto de vista técnico, ela se faz com os recursos tecnológicos dos séculos XV e XVI (câmera obscura, perspectiva monocular, e objetivas), mas sobretudo porque a sua principal função, a partir do século XIX, quando sua produção comercial se generaliza, será dar continuidade ao modelo de imagem construído no Renascimento, modelo esse marcado pela objetividade, pela reprodução mimética do visível, e pelo conceito de espaço coerente e sistemático, espaço intelectualizado, organizado em torno de um ponto de fuga (1997:227).

Desta identidade originária de natureza funcional entre o pictórico e o fotográfico (na qual não interfere em nada a maior ou menor capacidade de um ou outro na qualidade da representação em termos de fidedignidade), seria interessante ressaltar duas características essenciais que permanecem iguais entre a imagem produzida pela ‘arte’, e a que passa a ser produzida pela ‘comunicação’. A primeira (como anteriormente mencionado) é o fato de ambas as modalidades de representação serem inerentemente uma *expressão*, que se dá, naturalmente, *através da imagem*. A segunda é que, assim sendo, elas se constituem também como algo que, ao representar um referente, estabelece uma relação entre uma extremidade que *expressa* a representação deste referente através da imagem, e uma extremidade que *percebe* esta representação: isto é, a representação imagética constituindo-se naquilo que faz a *mediação* – característica (estipulada aqui) de uma relação de comunicação.

Idéia de algo a *mediar* que aparece quando Machado assinala que “a imagem, não vindo diretamente do homem, pressupõe sempre uma **mediação** técnica para exteriorizá-la, ela [imagem] é sempre um artifício para simular alguma coisa a que nunca podemos ter acesso direto” (1997:222); ao passo que para Aumont “uma das razões essenciais da produção das imagens faz com que ela esteja em situação de **mediação** entre o espectador e a realidade” (1990:78). Flusser, ao definir as imagens como “superfícies que pretendem representar algo” (2002:07), completa dizendo que são “**mediações** entre homem e mundo” (2002:09).

É preciso deixar claro que em nenhum momento estes autores – Machado, Aumont, Flusser, que mencionam nomeadamente a idéia de mediação – se referem ao exercício de ‘mediar’ como especificidade de uma só modalidade, pictórica ou técnica, de representação imagética da realidade. No entanto, se poderia inferir (certamente como hipótese), que o conceito de ‘mediação’ aparece com determinada ênfase quando autores que se debruçam sobre o tema da representação imagética da realidade já convivem com ‘imagens técnicas’ (ou seja; com imagens que compõe um campo, social e de conhecimento, já especificamente denominado de ‘comunicação’, justamente pelo grau de objetividade/imitação do que refere que a nova tecnologia com que são produzidas as permitiu alcançar); isto é, a idéia de uma função de *intermediação* seria reforçada quando a representação imagética tivesse a possibilidade de ser expressada através da imagem com a garantia de que aquilo que na sua superfície se vê ‘foi assim’ (a especularidade do ‘efeito de real’).

A possibilidade, pois, que o avanço da tecnologia permite de alcançar determinado ‘ideal da cópia do referente’ em uma imagem produzida através de uma máquina e não mais (ou paralelamente, ainda, já que a pintura tradicional não abandona o mimetismo) em uma sua tentativa de produção diretamente através da mão do artista na superfície da imagem, ao mesmo tempo em que a inclinaria a um campo (social e de conhecimento) que se nomeia especificamente de ‘comunicação’, instauraria, é a hipótese tomada, uma mudança significativa na história da representação mimética imagética da realidade. Advento da ‘imagem técnica’ que faz Flusser dar o caráter de indecifrável ao aparelho fotográfico<sup>54</sup> que a produz. No entanto, perfeitamente explicável o mecanismo<sup>55</sup> do aparelho, o que sobra da idéia

---

<sup>54</sup> Flusser vai afirmar que “o complexo “aparelho-operador” é demasiadamente complicado para que possa ser penetrado: é caixa preta e o que se vê é apenas input e output. Quem vê input e output vê o canal e não o processo codificador que passa no interior da caixa preta. Toda crítica da imagem técnica deve visar o branqueamento dessa caixa” (2002:15).

<sup>55</sup> As explicações do funcionamento mecânico do processo fotográfico podem ser encontradas numa vasta bibliografia, tanto especializada, como não exatamente. No segundo caso, aparecem resumos que se fazem necessários para o tratamento de assuntos afins, mas mais gerais, como no texto da própria Santaella, que ao tratar das relações entre arte e comunicação, explica rapidamente que “a luz refletida do objeto fotografado altera a química do filme a ser revelado, de modo que o negativo e sua revelação sejam, de fato, um reflexo direto do mundo” (2007:19). No caso das explicações eminentemente técnicas, Furtado (2008:25, 26) faz um levantamento de autores que tratam do mecanismo fotográfico, oferecendo uma mostra da vastidão das definições disponíveis: “conforme Philippe Dubois (1994, p. 60), a fotografia pode ser entendida como “o traço, fixado num suporte bidimensional sensibilizado por cristais de haleto de prata, de uma variação de luz emitida ou refletida por fontes situadas à distância num espaço de três dimensões”. [...] para Román Gubern (*apud* Zunzunegui, 1998, p. 133), ela seria a “fixação foto-química, mediante um mosaico irregular de grãos de prata e sobre uma superfície suporte, de signos icônicos estáticos que reproduzem em escala, perspectiva e gama cromática variável as aparências óticas contidas nos espaços enquadrados pela objetiva, durante o tempo que dura a abertura do obturador”. Furtado, a esse respeito, também lembra que “as definições apresentadas se referem à tecnologia clássica da fotografia, por assim dizer: são os filmes e papéis sensíveis à luz, os produtos químicos, etc. Hoje os suportes sensibilizados de haletos de prata (o filme, em linguagem do senso comum) estão sendo substituídos rapidamente por células óticas sensíveis à variação de luz e capazes de codificar o sinal

de Flusser é a parte que denuncia esta mudança: a mecanização da técnica da produção de imagens com o intuito de reproduzir a realidade visível atinge um nível tal que aquele objetivo da arte poderia ser considerado alcançado enquanto reprodução da realidade. Com a fotografia, os olhos podem acessar uma representação imagética que não só invoca o referente real, mas que o *constata*, fazendo com que o percebamos com uma ‘constância perceptiva’ (como lembrava Aumont, referindo Gombrich – pág. 90) idêntica ao acontecido referido. Ou seja, parece-se ter sido atingido o mais alto grau possível até então imageticamente testemunhal que se poderia imaginar produzir (e esta função, assim especificada, estaria a cargo, então, do campo da comunicação midiática).

Não por menos, Barthes vai enfileirar definições para a fotografia que aprontam a introdução de um seu novo caráter. Começa dizendo que “toda fotografia consiste em ratificar o que ela representa” (1984:128); e que “toda fotografia é um certificado de presença. Esse certificado é o gene novo que sua invenção introduziu na família das imagens” (*ibidem*, 129), para concluir que

nada pode impedir que a Fotografia seja analógica; mas ao mesmo tempo o noema da Fotografia não está de modo algum na analogia (traço que ela partilha com todos os tipos de representações). [...] Na fotografia, de um ponto de vista fenomenológico, o poder de **autentificação** sobrepõe-se ao poder de representação (*ibidem*, 132).

Neste momento, uma característica chave da mudança que ocorre nas possibilidades de representar objetivamente o real a partir do advento de uma nova tecnologia para a sua produção é introduzida. Com o conceito de ‘autentificação’ (no qual está guardada a idéia da *garantia* do ‘isto foi’ objetivamente assim na realidade, como se vê na imagem que a representa, ou que agora a ‘autentifica’), Barthes não só supera uma determinada incompletude em todo exercício de representação imagética até então produzida (em termos de imitação; mimesis), como *aproxima o produto desta nova expressão imagética à característica que é a do campo que este próprio novo tipo de expressão vai compor. Isto é, haveria uma mútua e simultânea composição do campo da mídia pela característica de ‘efeito de real’* (Rodrigues (1999:27): “o efeito mais notável que o campo dos media exerce

---

luminoso em algoritmos digitais. O suporte onde as imagens são armazenadas são chamados de memórias digitais e podem ser do tipo *memory card* (cartão de memória)” (nota 4, p. 26, da dissertação de mestrado intitulada “O discurso do fotojornalismo independente na guerra do Iraque” apresentada por Orleães Alan Mendonça Furtado em 2008-1, no PPGCOM da Unisinos).

Sobre uma possível demarcação, e suas consequências, da técnica da produção de imagens, dividida por períodos denominados de ‘pré-fotográfico’, ‘fotográfico’, e ‘pós-fotográfico’, ver ‘Os três paradigmas da imagem’ (Santaella, 1999:157-186).

*sobre a nossa experiência do mundo é o chamado **efeito de realidade**”) que ele proporciona (e necessita), e o surgimento da imagem que, com a possibilidade de ser especular, passa justamente a formar o campo da mídia, pois é nele que passa a ‘servir’. Segundo o próprio Barthes: “... a fotografia não seria, pois, o último termo (melhorado) da grande família das imagens, mas corresponderia a uma **mutação capital das economias de informação**” (1982:37).*

#### **4.1.4 Informação, efeito de real e confiança: midiatização através da imagem**

Na ‘deixa’ que Barthes promove ao mencionar um campo que maneja as ‘economias de informação’, no qual a ‘mutação’ será ‘capital’ com o advento da tecnologia que permite à ‘família das imagens’ ter um membro que pode, agora, *autenticar* o que refere, se poderia lembrar afirmação de Cohen-Séat e Fougeyrollas, em texto de 1961, sobre ‘a informação visual e sua ação sobre o homem’ (no qual a técnica é o ponto chave):

a informação visual, em virtude da potência propriamente técnica que emana e da precisão das imagens concretas que produz, impõe-se aos indivíduos com uma força que jamais possuíram as formas de expressão do passado (1975:358).

No curto trecho, se poderia ver contempladas idéias importantes que tentam ser encaminhadas no decorrer deste trabalho. A primeira é que os autores não usam (mais) o termo ‘representação’, mas ‘informação’, que, assim como o uso de Barthes (‘economias da informação’) não parece ser por acaso, mas, antes, denotar o caráter pelo qual passam a enxergar essas expressões imagéticas. Falar em informação não seria, então, certamente, remeter às expressões imagéticas designadas ao campo da arte, mas ao da comunicação. A segunda idéia contemplada é o enfoque à técnica, que seria propriamente como a (nova) tecnologia permite às imagens atingirem determinada ‘concretude’ (como dizem os autores); o que se poderia entender como o efetivo ‘efeito de real’ (ou autenticação do referente), que justamente desemboca na terceira idéia contemplada: a força da imposição destas expressões imagéticas nos indivíduos que a percebem – como ‘jamais possuíram as formas de expressão do passado’.

As razões desta possível imponência em relação às demais formas expressivas poderiam ser arroladas de acordo com o que foi discorrido no início do capítulo: a prevalência

da visão como faculdade de percepção em relação aos demais sentidos corpóreos de percepção sensível, a ‘constância perceptiva’ praticamente de mesma natureza que ela (visão) opera em relação à realidade e a sua representação imagética, e a própria possibilidade da produção destas imagens, compondo (e servindo a) o campo da comunicação. Razões que permitem a autores que sobre elas passam a se debruçar fazer coro sob um aspecto que se torna difícil negar: *estas imagens inspiram confiança; crença de que o que nelas se vê assim é (ou foi)*. É como a ela se referem, tal visto acima, Flusser, Santaella, Sontag e o próprio Barthes. Confiança, portanto, que se tem em algo que media a relação com uma realidade neste algo representada, isto é, em algo que opera exatamente uma relação de comunicação na medida em que faz a *mediação* (como afirmaram Aumont, Machado e Flusser ser a função da imagem) entre um ente que a expressa e outro que a percebe. Expressão imagética que, na função de mediação de uma relação de comunicação adquire, então, determinado caráter de ‘informação’; bojo no qual Barthes e Cohen-Séat e Fougeyrollas nomeadamente a colocam (e pelo qual Lasch já caracterizava o conteúdo midiático: ‘informacional’ – pág. 74).

Seria na característica da confiabilidade (entre outras), supõe-se, que *teriam encontro este novo tipo de imagem e o campo da mídia*. Pois, a necessidade que o campo midiático tem da confiança por parte de quem percebe/recebe a mensagem midiática é exatamente o que a imagem autenticadora agora lhe possibilita. Bourdieu (falando especificamente da televisão) usa o mesmo termo já utilizado por Rodrigues para enfatizar esta nova característica que dota a imagem de confiabilidade, dizendo que ela passa a ter “a particularidade de poder produzir aquilo a que os críticos literários chamam de *efeito de real*, de poder fazer ver e fazer **crer no que faz ver**” (1997:14).

Barthes tentaria justificar este efeito de real (que é introduzido na família das imagens através do advento da fotografia, e torna possível tal característica às imagens de cinema e têve também), dizendo que “ao nível da mensagem literal” (antes da conotação que a imagem estaria inevitavelmente à mercê de sofrer, segundo ele), a “ausência de código” reforçaria “evidentemente, o mito do “natural” fotográfico: a cena *está aqui*, capturada mecanicamente, mas não humanamente (o elemento mecânico é, aqui, garantia de objetividade)” (1982:36). “Essa virtude irredutível de testemunho”, que atribui à fotografia “uma **credibilidade**, um peso de real bem singular”, diz Dubois, basear-se-ia “principalmente na consciência que se tem do processo *mecânico* de produção da imagem fotográfica, em seu modo específico de constituição e existência: o que se chamou de *automatismo de gênese técnica*”. Por isso, segue o autor, “a foto é percebida como uma espécie de prova, ao mesmo tempo necessária e suficiente que atesta indubitavelmente a existência daquilo que mostra”, o que faz com que



“pelo menos aos olhos da *doxa* e do senso comum, *não possa mentir*” (1994:25), ‘obrigando-nos’, como reforçaria Bazin, “a **crer** na existência do objeto representado” (1991:22).

Traço de *confiabilidade* (em função da característica de autentificação) destas imagens, que provoca a *crença* em quem as percebe/recebe de que aquilo que acessa *através da imagem* ‘foi (objetivamente) assim’, que permite (entre fatores de outras ordens, certamente) que o campo da mídia exista como tal, pois seria o que lhe legitima funcionalmente. Eco, ao falar da televisão, deixa clara sua função – que também poderia ser estendida ao campo da mídia –, dizendo que (em relação aos ‘programas de informação’) “o público espera que a tevê cumpra a sua obrigação [!]”, que é “*dizer a verdade*” [...] “protesta-se se a tevê não diz o que corresponde aos fatos” (1984:183, 184) <sup>56</sup>. Função que se a ela somada o que assinala Bourdieu, ao dizer que “não há discurso (análise científica, manifesto político, etc.) nem ação (manifestação, greve, etc.) que, para aceder ao debate público, não deva submeter-se a esta prova de seleção jornalística...” (1997:48), chegamos à característica pela qual Rodrigues anteriormente fundava o ‘campo dos media’: a sua ação publicizadora dos discursos dos demais campos; engendradora, sobretudo, no investimento dos outros campos, e do público receptor da publicização do discurso, de que seu exercício transmitisse ‘a verdade’ (Eco) dos discursos que publiciza. Bourdieu, consolidando este caráter publicizador (mas já apontando as distorções desta condição), lembra que “é neste monopólio que esbarramos quando, enquanto indivíduo ou enquanto membros de uma associação, de um agrupamento qualquer, queremos difundir largamente alguma informação” (*ibidem*).

Neste sentido, em que determinada ‘crença’ (de quem percebe) se tornaria um operador do funcionamento (e da legitimidade) do campo da mídia, na medida em que este se vale do traço de confiabilidade das imagens que, produzidas com uma tecnologia que lhes permite um efeito de real a ponto de ‘autenticarem’ objetivamente o fenômeno que referem, valeria lembrar a funcionalidade do conceito de confiança trazido aqui anteriormente através de Giddens (pág. 76). Baseado no que se invocou de suas idéias, se poderia dizer que,

---

<sup>56</sup> Preparado à desdita ontológica que certamente o termo ‘verdade’ cria, Eco observa que “no que se refere ao fato de dizer a verdade, sem querer entrar em sutilezas filosóficas, diremos que o senso comum reconhece um enunciado como verdadeiro quando, à luz de outros métodos de controle ou de enunciados provindos de fontes alternativas confiáveis, verifica-se que ele corresponde a um acontecimento efetivo” (1984:183). ‘Senso comum’ ao qual Barthes recém se referia, tal qual Dubois, sendo aquele sobre o qual o caráter de registro/testemunho da fotografia primeiramente age (ou se destina). Se provavelmente descartável num aprofundamento científico, talvez não poderia/precisaria ser desconsiderado, este ‘senso comum’, quando parece ser por onde um processo (que é o que se quer investigar) se inicia – neste caso, o vasto senso comum ao qual as imagens com efeito de real se oferecem, e que, por ser vasto (pois a princípio uma parcela pequena de pessoas estaria permanentemente ‘preparada’ cientificamente para receber estas imagens com ‘olho investigativo’) é o que, num primeiro momento, alçaria estas imagens à força/poder que se julga, supostamente, terem.

além da inerente ('natural', Barthes) confiança numa imagem deste tipo, outra dose de confiança seria investida (por quem percebe a expressão midiática imagética) no momento em que ela é produzida por um 'campo' ('sistema abstrato', para Giddens), pois "em condições de modernidade", segundo o autor, "atitudes de confiança para com sistemas abstratos são via de regra rotineiramente incorporadas à continuidade das atividades cotidianas" (1991:83). Ou seja, *a imagem com efeito de real (que passa a ser manejada no campo da mídia) vem a reforçar uma confiabilidade que o campo da mídia já possuiria enquanto campo*. Assim, seria nestas imagens, operadas pelo campo da mídia, percebidas como a expressão informacional que autentifica a realidade que refere, que, pela característica especular que a tecnologia empregada na sua produção garante, somada à 'atitude de confiança para com sistemas abstratos' (sistema abstrato que é o campo da mídia) no qual ela está inserida, que a extremidade que percebe crê (duplamente).

Cohen-Séat e Fougeyrollas, de algum modo apercebendo-se deste 'reforço de confiabilidade' nas "economias da informação" nas quais a imagem autenticadora provocaria uma "mutação capital" (Barthes), afirmavam que tanto antes quanto depois do surgimento da imprensa, a representação concreta do mundo "se manteve numa situação de dependência praticamente inalterada no tocante à relação do homem com seu meio ou às relações entre os homens" (1975:358). Referindo-se ao advento imagético tecnológico, continuam:

pelo contrário, assistimos agora ao irresistível desenvolvimento de técnicas que não estão subordinadas ao antigo modo de expressão, mas que são, indubitavelmente, **geradoras de um novo modo de expressão [...] que governam, por sua vez, a elaboração e expressão de um novo conceito do mundo** (*ibidem*).

'Novo conceito de mundo' que era ao que Gomes aludia (pág. 57) quando mencionava uma 'nova ambiência', no momento em que o advento de uma tecnologia (que possibilita o efeito de real na imagem) dá novas características (e "supera", conforme o autor, o conceito de) à mediação. Mediação que se torna, com mais ênfase, uma função (Machado, Aumont, Flusser) deste novo tipo de imagem quando ela passa a compor (dado, entre outros fatores, seu poder de autenticação) o campo da mídia no papel de um meio que opera esta mediação. Meio ao qual, como já havia salientado Verón (pág. 56), convém associar o 'princípio de produção tecnológico das mensagens' que transmite, 'evitando uma pertinência tão ampla que acabe incluindo todos os avatares simbólicos da humanidade', dentro do que operacionalmente se pretende entender como meios *para* comunicação. Conjunto de meios

assim caracterizados, cuja ação ‘superaria’ o conceito de mediação (Gomes), estabelecendo o que já havia sido destacado por Sodré (pág. 57) como ‘uma ordem de mediações socialmente realizadas caracterizadas por uma espécie de prótese tecnológica’. ‘Novo conceito de mundo’, ‘nova ambiência’, ou nova ordem que supera os ‘antigos modos de expressão’ (Cohen-Séat e Fougeyrollas) para a qual apontaria a questão de Augè (pág. 57) quando diz que ‘a relação global dos seres humanos com o real modifica-se sob o efeito das representações associadas ao desenvolvimento das tecnologias’.

A retomada, pois, das idéias mencionadas acima, que antes eram gerais em relação ao campo da mídia como um todo, e agora retornam sendo encaixadas ao que se passaria a entender como um ‘operador material’ deste campo, na figura da *imagem* (expressão imagética mimética, agora ‘autenticadora’), aponta para a hipótese que vem a se colocar seguramente como a principal para este trabalho, que é a de considerar que este tipo de imagem ‘calhe’ ao que se estaria sendo considerado como *justamente* uma ‘nova ambiência’, na qual *justamente* ‘a relação global dos seres humanos com o real modifica-se sob o efeito das representações associadas ao desenvolvimento das tecnologias’ (Augè), estabelecendo *justamente* ‘uma ordem de mediações socialmente realizadas caracterizadas por uma espécie de prótese tecnológica’ (Sodré), a qual se passa a denominar **midiatização**. Idéia que já estaria desembocada em Verón, que ao definir *justamente* a característica tecnológica para delimitar o que passará a considerar ‘meios de comunicação’, diz que o fará para “aclarar razoavelmente o que podemos entender por **midiatização**” (1997:10).

#### 4.1.4.1 Midiatização através da imagem e construção da realidade (e início da evidente desconfiança)

O caso é que não parece (ainda) ser muito simples definir o que se possa estar entendendo exatamente ou razoavelmente por ‘midiatização’. O texto deste trabalho passa grande parte do tempo apontando para o que viriam a ser possíveis parciais definições (com uma promessa implícita, quem sabe, de que chegaria nesta definição, ou mesmo a construiria). Os apontamentos mais explícitos no sentido de definir o termo – que se coloca como chave para os propósitos da pesquisa – seriam o recém lembrado de Sodré, por exemplo, para quem a midiatização, nomeadamente, seria uma ‘ordem de mediações’ realizadas na sociedade através de uma ‘prótese tecnológica’ (no qual contempla a caracterização exclusiva

da tecnologia para o meio de comunicação de Verón); e o de Fausto Neto, quando assinalaria, por exemplo, que um dos processos da midiatização poderia ser observado numa ‘prevalência da forma sobre o conteúdo semântico’ da mensagem (engendrada pelo campo da mídia). No entanto, as cláusulas que preencheriam o conceito de midiatização não parecem se limitar a aspectos técnico-materiais unicamente, mas principalmente, talvez, no que demanda destes, exalando da sua operação características que então ‘mudariam nossa [de quem participa das mediações com estes aspectos] relação com o real’<sup>57</sup>, como é o que procura entender Augè. Provavelmente por isso que Gomes já categorizava o termo como a introdução de um “novo modo de ser no mundo”, e Fausto Neto, para além da descrição, conferia aos ‘processos de midiatização’ a realização, ‘dentre tantas coisas’, de ‘operações de inteligibilidade das realidades’, aparentemente com a idéia de que a realidade (ou discursos de outras ordens, que não midiáticas, sobre a realidade) se tornaria inteligível progressivamente (cada vez mais) através do discurso midiático (ou midiatizado).

Numa tentativa de junção destas notas caracterizadoras do conceito [de midiatização], construir-se-ia uma noção possível que se constituiria numa ‘mistura’ de processos de comunicação através de meios tecnológicos (que são os processos de comunicação midiáticos: as expressões comunicacionais produzidas através de meios eletro-tecnológicos) com os demais processos de ocorrência social (de outros campos) que tocam (se valem, perpassam, necessitam; que entram em relação com) esses processos comunicacionais tecnológicos. Produzindo, assim, novas características (‘novos modos de ser’, numa sociedade que convive com estes meios/mídias) advindas destes processos tecnológicos comunicacionais como um miasma (uma mancha, uma contaminação) no tecido social composto pelo conjunto dos processos de relações humanas.

Possivelmente fosse caminho semelhante a este, em alguns aspectos, ao menos, pelo qual Vattimo, em “A sociedade transparente”, sem em nenhum momento referir o termo [midiatização], fornecesse uma entrada a concepções que se afeiçoariam a esta hipótese de conceituação da midiatização. Parte do princípio, o autor, de que em nosso tempo há uma

---

<sup>57</sup> Evidentemente que qualquer mudança de ‘meio’ através do qual estabelecemos qualquer tipo de relação com qualquer fenômeno (ação, objeto, sujeito, episódio) que seja, altera/modifica/interfere mais, ou menos, (n)a própria relação com aquilo que refere. Notadamente, aqui, o ponto não é estudar exclusivamente a natureza e as razões deste ato de mudança (nem os sistemas que tentam justificá-lo), mas, especialmente, no que se refere ao advento da tecnologia que permite à produção de uma imagem a característica de ‘autenticar’ (testemunhar; registrar objetivamente) o referente, tentar compreender as possíveis razões que a levariam a ser um dos meios para comunicação que mais ‘calhariam’ a um âmbito de processos sociais de comunicação que começam a ser entendidos (ou apenas chamados) por midiatização. Os traços desta impossibilidade devem ser tratados, relativamente no que diz respeito ao objeto empírico invocado (o encontro de imagens entre o cinema de Tarkovski e a pintura de da Vinci) na última parte deste capítulo.

relação (conexão) de formas de saber (ciências humanas) com uma sociedade que ele caracteriza, genericamente, como ‘sociedade da comunicação’. Assinala, em seguida, que as ciências humanas descrevem positivamente o que o homem faz de si na sociedade, e que essa descrição se articula com o desenvolvimento da sociedade moderna nos seus aspectos comunicativos (no que lembra as noções de Rodrigues e Bourdieu de que o discurso dos outros campos procura, ou ‘tem que’ procurar o campo da mídia; já observando, contudo, a mistura (‘articulação’) que se dá nessa relação dos demais campos com o campo da mídia). “Fenômenos comunicativos” sobre os quais percebe Vattimo uma “intensificação”: em outras palavras; uma “acentuação da circulação da informação” – características que não consideraria apenas como um “aspecto da modernização, mas o centro e o sentido deste processo” (1989:23, 24).

“Processo”, pois (que também ganhará ares de ‘central’), que é a idéia pela qual Braga pretende (sob determinado ponto de vista) definir o que viria a ser a midiatização (o que já faz no título do artigo no qual se põe a esquadrihar o conceito). Em ‘Midiatização como processo interacional de referência’, estipula de antemão o ‘nível’ pelo qual pretende tratar o processo em questão: menos o que considera “processos sociais específicos que passam a se desenvolver (inteira ou parcialmente) segundo lógicas da mídia”, e mais o que delibera sobre o que seria a “midiatização da própria sociedade” (2007:01<sup>58</sup>). Neste sentido (‘nível’), vai considerar a “midiatização como reformulações sócio-tecnológicas de passagem dos processos midiáticos à condição de processualidade de referência”. “Processos *de referência*”, que, para Braga, são os que “em determinado âmbito ‘dão o tom’ aos processos subsumidos”, com a ressalva de que “o fato de um processo interacional se tornar ‘de referência’ não corresponde a ‘anular’ outros processos, mas sim a funcionar como ‘organizador principal da sociedade’”, de modo que “na cultura midiatizada, permanecem espaços de interacionalidade em que os padrões da escrita<sup>59</sup> se mantêm” (*ibidem*, 02), fazendo com que “a situação em que nos encontramos, a partir dos desenvolvimentos interacionais ocorridos substancialmente no século XX” pudesse “então ser descrita como uma transição da escrita enquanto processo

<sup>58</sup> A paginação refere-se ao texto isolado. Na bibliografia, consta o livro no qual o artigo está publicado.

Nesta mesma página, de saída, é que Braga salienta (como já mencionado aqui) a sua perspectiva de que “os estudos da Comunicação se definiriam pelo objeto “processos de interação social” – mas reconhecendo uma centralidade da mídia na construção do objeto comunicacional contemporâneo”. Esclarecimentos preliminares que agora ajudariam no entendimento da articulação dos processos advindos da mídia com os processos (gerais) de interação social. Articulação que parece ser traço central da constituição da idéia de midiatização, que ficaria claro nas palavras do próprio Braga, que projeta “poder desenvolver de modo mais articulado o relacionamento entre os dois objetos, mídia e interação social” (2007:02).

<sup>59</sup> Assim como a ‘escrita’ aparece nomeadamente aqui como uma forma de interação, a ‘oralidade’ vai aparecer em outros momentos do texto: compondo-se essas duas formas de interacionalidade outros, e anteriores, ‘processos interacionais de referência’, na concepção de Braga.

interacional de referência” para outro processo que se tornasse referencial (a mediação), devendo ser entendida, em tempo, tal transição de um processo interacional de referência para outro, como “não completamente estabelecido” (*ibidem*, 04).

O movimento desta transição permitiria entender como (de que maneira) o que está sendo chamado de ‘mediação’ passaria a se instaurar como aquilo que se está considerando um ‘processo interacional’, de modo que aquela (mediação) passe a se tornar uma referência destes (processo(s) de interação social). Assim, segue o autor dizendo que

o processo de mediação, (cuja história é, naturalmente, muito mais complexa e sujeita a variações contingenciais de país a país) corresponderia, grosso modo, a esta “evolução” de implantações técnicas a serviço de objetivos da sociedade “anteriores” para derivações autopoieticas na elaboração de lógicas próprias (*ibidem*, 07).

Isto seria, a tecnologia descolando-se da posição ‘a serviço’ de demandas sociais (de comunicação) – demandas que teriam feito, dentre outros fatores, com que se gerasse esta tecnologia – para se por, a tecnologia, a engendrar algo como ‘dar-se suas próprias leis’; o que poderia querer dizer uma autopoiesis derivada dos seus mecanismos tecnológicos (já desassociados do que seriam exclusivamente as suas possíveis funções originárias de ‘transmissão’ – fidedigna – de mensagens). Hipótese com a qual Braga trabalharia dizendo que em relação a “lógicas anteriores de interação outra [oralidade, escrita] [...] no estágio atual de mediação, algumas características podem então ser percebidas como derivações [daquelas]” – derivações que seriam entendidas como o “desenvolvimento de lógicas próprias” (*ibidem*).

Na seqüência da argumentação, Braga vai chegar no ponto em que propriamente difere o que caracterizava anteriores processos referencias de interação (a escrita, nesse caso), e o que caracteriza (‘muda’ enquanto referência para um processo de interação – ou ‘muda’ as condições de representação do real, como quer saber Augè) uma nova referência para estes processos (que é entendida como em vias de instalação), que vem a ser a mediação. *É a passagem em que introduz explicitamente a **imagem** como um (dos) ente(s) (uma ‘ferramenta’, quem sabe) da instalação da mediação* como processo interacional de referência.

Com a mediação, a processualidade diferida e difusa [como já se caracterizava quando a escrita se constituía na referência a processos de interação social] adquiriu diferente amplitude e diversas qualidades adicionais. Uma delas é a possibilidade de “mostrar” por representação da **imagem** e/ou do som, os objetos e situações. Tais processos, antes dos inícios da mediação tecnológica eram acessíveis através de

total dependência da palavra (ou seja – por transposição); enquanto que, com a mediação, a palavra suporta, complementa e faz avançar os processos, mas não é responsável pela totalidade de passagem da objetivação (do objeto ou da experiência objetivada) (*ibidem*, 09).

Do trecho, que talvez se pudesse considerar uma ‘pedra de toque’ para o trabalho aqui proposto, poder-se-ia destacar três pontos – que, espera-se, congregasse outros também de salutar importância para o raciocínio que vem sendo tentado ser exposto até o momento. O primeiro ponto a se observar seria o de estar contida na concepção do autor a idéia de que uma (das) mudança(s) que ajuda a mediação a se instalar como processo interacional de referência é o fato de que, neste modo, mediado, de ‘interação social’, a representação da realidade (‘objetos e situações’, nas palavras de Braga) passa a ter a possibilidade de se dar por uma ‘mostragem’ (‘mostrar’, e não ‘evocar’; como já havia referido Sontag) daquilo que refere (e não por uma ‘transposição’, como diz Braga ser o caso da palavra): o que só poderia ser feito (ou principalmente feito, é a aposta aqui) *através da imagem*. E isto não parece ser pouco quando (segundo ponto) aparece como uma das diferenças neurálgicas em relação aos processos interacionais anteriores: no caso de Braga, a escrita e a oralidade (no caso de Cohen-Séat e Fougeyrollas, genericamente ‘o antigo modo de expressão’); o que apontaria para a idéia (referida no início deste capítulo) de ser na ‘extremidade’ da *expressão* (e não da percepção – sendo as duas entendidas como as extremidades de um processo de comunicação, tal qual definido a título de base, aqui, no capítulo anterior) que ocorreria um avanço; uma reestruturação no que concerne aos processos de comunicação<sup>60</sup>. Sendo que o terceiro ponto a ser destacado, assim, seria o que menciona, então, aquilo que se passa a poder fazer (e se *faz*) no pólo da expressão, em função da tecnologia: diferentemente dos modos anteriores de representação, o processo de interação social (ou de ‘comunicação’) avança pela possibilidade de uma “‘totalidade’ de passagem da objetivação” (Braga), no que se poderia considerar, aqui, como a objetivação daquilo que se tem a intenção (comunicacional) de referir; ou seja, possivelmente uma ‘autentificação’ (tal Barthes recém fez surgir da fotografia como

---

<sup>60</sup> O que não quer dizer que a percepção, na afecção sensorial corpórea que num primeiro momento é, não possa se ‘afeiçoar’ (ou até sofrer alguma transmutação física nos seus órgãos de operação) em função dos novos modos de expressão que se oferecem a ela. Mas em caso de mudança ou de reestruturação, seria menos a percepção física sensorial (a ação sensível do órgão de percepção) a poder ‘mudar’, do que o que quem percebe *faz*, então (depois), com os dados percebidos através do contato com as novas formas pelas quais se dá a expressão (comunicativa), e trabalhados por seus mecanismos internos de inteligibilidade. (E se debruçar sobre as motivações subjetivas e/ou mecanismos internos deste fazer – ou dos motivos das modificações possíveis deste comportamento – que pode mudar a partir dos dados recebidos pela percepção sensorial, não parece mais ser atributo de uma investigação sobre ‘comunicação’ – pelo menos não nos moldes aqui estabelecidos preliminarmente.)

característica exclusiva, em relação à pintura, até então) do referente que a imagem, agora, garante.

Nas palavras de Braga;

com as possibilidades da **imagem** e do som<sup>61</sup>, a exposição de situações estimuladoras de experiência vicária se amplia, enquanto objetivações postas a circular na interação social. Assim, quando antes se **construía a realidade** através de interações sociais baseadas essencialmente na expressão verbal, é possível hoje objetivar e fazer circular **imagens** (referenciais ou imaginárias), sons e, particularmente, “experiência” (*ibidem*, 09).

Ao oferecer tais caminhos, Braga faz questão, entretanto, de lembrar que as características resumidas “não são apresentadas como essências definidoras da midiática”, e que a “melhor perspectiva para trabalhar com elas [...] é utilizá-las como ângulo de prospecção” (2007:14). Ao passo que segue afirmando ser a midiática “largamente responsável pela constituição do tecido social”: ainda que sua “predominância não esteja completa” (contém lacunas), seria possível, mesmo assim, considerá-la “em marcha acelerada” (*ibidem*).

Processo acelerado, mas lacunar, que não impede, todavia, extrair duas constatações dos dois trechos complementares recortados acima. A primeira seria a de que a idéia de ‘construção da realidade’ retorna, naturalmente<sup>62</sup>; contudo, sem ar de novidade, nem

---

<sup>61</sup> Como já se havia citado (nota 40, pág. 89) as possibilidades do mesmo grau de avanço da expressão que se menciona em relação à imagem ocorrer em relação ao som como um modo de representação que passa a ter a possibilidade de registrar (dar testemunho) objetivamente o seu referente em função do avanço da tecnologia também disponível para a sua produção – aqui reforçado pelo modo paralelo no qual Braga coloca o som em relação à imagem –, a diferença a se assinalar (novamente) nesse caso, seria a de que verbo ‘mostrar’ (no seu sentido primeiro, que seria ‘expor à vista’ – o que diferenciaria aquilo que é oferecido à visão no papel de uma reprodução de dada realidade de demais meios para comunicação) não se aplica a ação específica do som, que ‘evocaria’ um referente – fosse pela reprodução de palavras ou de ‘ruídos/barulhos’. Fato que se tornaria relevante quando esta atividade (de ‘mostrar’, justamente: oferecer ao órgão corpóreo de percepção sensorial da visão) parecesse ser a ação essencialmente (e manifestamente, talvez) peculiar e distinta nas operações de midiática no sentido de “engendrar padrões para ver as coisas” (como dirá Braga), processo que seria uma de suas principais marcas a engendrar um (possível, incompleto, em transição) processo interacional de referência. É claro que se poderia considerar a descoberta do rádio, por exemplo, como instauradora de novos padrões interacionais quando sua inserção na sociedade passa a se dar em escala relativamente ampla; todavia, isto teria acontecido mais em função das possibilidades tecnológicas que permitem a transmissão de sons como a voz e ruídos tal qual se ouve presencialmente (na sua constituição mimética, objetiva, autenticadora, também) do que da possibilidade de ‘mostrar’ (aos olhos, e não aos ouvidos) seu referente. Quando a reprodução do som passa a ter a possibilidade de se juntar à reprodução (representação, transmissão) da imagem (ou vive-versa), no que vem a se constituir como o ‘audiovisual’ (que então, coerentemente, deveria ter sido denominado de ‘auditivo-visual’, ou ‘audível-visual’), ela acopla-se a um tipo de representação (expressão) – a imagética – podendo adicionar informações (de sua natureza exclusiva e específica, que é a sonora) à mensagem que está sendo expressada, mas não, por osmose, adquirir a potencialidade do outro tipo de expressão ao qual se soma; ou seja, o áudio continua oferecendo sons a um órgão corpóreo dos sentidos sensoriais que orgânico-fisicamente não tem a possibilidade de perceber imagens.

<sup>62</sup> Bourdieu, ao discorrer sobre a televisão e seus processos, também já lembrava que “... o simples relato, o fato de relatar [...] implica sempre uma construção social da realidade [...] capaz de exercer efeitos sociais de



associada exclusivamente à midiática ou à imagem (como uma de suas ferramentas principais, como colocada), mas a qualquer processo interacional (que ocupar a posição de referência, principalmente), como já afirmava o próprio autor, no início do artigo:

não se trata apenas de hegemonia na preferência por determinados modos de interação, mas também de uma perspectiva de *organização da sociedade*. Entendemos que os processos interacionais de referência são os principais direcionadores na **construção da realidade social** (*ibidem*, 03).

A segunda constatação, dada a ênfase à imagem, colocada (ao lado do som) como uma ferramenta (essencial) deste novo modo de interação social em vias de se tornar de referência, seria a de considerá-la, então [a imagem] como um ‘operador condicional’ sem o qual a midiática não poderia estar em marcha acelerada para se tornar a referência dos processos de interação. Ou seja, sendo possível considerar, portanto, que a midiática ocorreria (se instauraria) materialmente (também, e quiçá principalmente) *através da imagem*.

Idéia de *operador* da midiática pelo qual ela [midiática] engendra uma ação que é inerente a si enquanto processo de interação – que é a idéia de *construção da realidade social*. Estas duas idéias estariam, então, explicitamente imbricadas quando Braga diz que o que se instaura são lógicas próprias “de interação midiática”, que seriam “sobretudo, modos segundo os quais a sociedade **se constrói**”, que se constituiriam, na especificação do autor, como “padrões para “ver as coisas”, para “articular pessoas”, e mais ainda, relacionar sub-universos na sociedade e – por isso mesmo – modos de *fazer as coisas* através das interações que propiciam” (*ibidem*, 07).

Concepção da instalação de um ‘modo de fazer as coisas’ através das interações efetuadas (predominantemente) *através da imagem* (é a aposta, aqui) que estes operadores da midiática propiciam, cujo (um dos) gene(s) estaria já no texto de Cohen-Séat e Fougeyrollas, quando mencionam uma ‘ação sobre o homem’ a partir das técnicas que permitem a produção da imagem, já entendida, esta, como um meio para informação, ao afirmarem que “na civilização que se está elaborando, pode-se dizer que, diante de nossos

---

mobilização (ou desmobilização)” (1997:14); afirmação que poderia remeter à concepção de Berger e Luckmann, a qual tem na linguagem a constituinte “do mais importante conteúdo e o mais importante instrumento da socialização”. Concepções que, por isso, também poderiam ser associadas à idéia de Rodrigues, já destacada aqui (nota 19, pág. 61) de que ao não estar completamente determinado pelos estímulos que recebe do mundo, surge no homem a capacidade de apropriar-se dele, “de modelá-lo de acordo com projetos por si concebidos e inclusivamente de **reconstituí-lo artificialmente**”; ‘reconstituição’ cujo uma das formas, aposta-se, seria a linguagem (neste caso, podendo-se considerá-la ‘artificial’ em relação àquilo (da natureza) que quer referir (reconstituindo-a) – ou ‘por transposição’, como assinalado por Braga em relação à palavra).

olhos, **a ação que se exerce sobre o homem** passa principalmente pelas técnicas da **informação visual** (1975:361).

Sodré, neste sentido, sobre o campo da mídia (em geral, não especificando seus ‘operadores’), no qual esta imagem se colocaria como mecanismo (através do qual se oferece informação à visão na intenção de comunicar), diz que

da mídia para o público não parte apenas influência normativa, mas principalmente emocional e sensorial, com o pano de fundo de uma estetização generalizada da vida social, onde identidades pessoais, comportamentos e até mesmo juízos de natureza supostamente ética passam pelo crivo de uma invisível comunidade de gosto, na realidade o gosto “médio”, estatisticamente determinado (2002:23).

O autor vai ainda se referir a este acontecimento como uma “influência sensorial – relacionamento das tecnologias comunicacionais com o aparelho perceptivo dos indivíduos – [que] conforma o sentido de nossa presença no território que habitamos” (*ibidem*, 24), num sentido em que um exemplo possível a se considerar, na mesma via de raciocínio (aparentemente unilateral) de Sodré, seria o trazido por Sontag. Quando discorre sobre o papel das imagens em relação à guerra, afirma que

quando há fotos, uma guerra se torna ‘real’. Assim, o protesto contra a guerra do Vietnã foi mobilizado por **imagens**. O sentimento de que algo tinha de ser feito a respeito da Guerra da Bósnia foi construído a partir das atenções dos jornalistas – ‘o efeito CNN’, como às vezes foi chamado – que trouxeram imagens de Sarajevo sitiada para o interior de milhões de salas de estar, noite após noite, durante mais de três anos. Esses exemplos ilustram a influência determinante das fotos para definir a que catástrofes e crises nós prestamos atenção, com o que nos importamos e, por fim, que juízos estão associados a esse conflito (2004:87)<sup>63</sup>.

Voltando o foco à imagem, como o exemplo de Sontag faz em relação à afirmação geral de Sodré sobre ‘a mídia’, poder-se-ia também evocar trecho do pensamento de Rojas Mix, quando, em “El imaginário”, fala de ‘Imagen y comunicación’, e retoma idéia semelhante à de Sodré da ‘estetização generalizada’ advinda da mídia, casando-a com idéia que lembra a de Sontag de que são imagens (advindas do campo da mídia – de ‘informação’) que definem aquilo em que ‘prestamos atenção’ ou mesmo aquilo ‘com o que nos importamos’:

<sup>63</sup> Frente ao que possa ser entendido como uma unilateralidade da mídia, como poderia ser interpretada nessas posições, vale lembrar que Braga chama a atenção justamente para esta “ausência de retorno” (2007:17) num processo de comunicação entendido como interação social, que seria aquilo que o levaria a considerar a incompletude (ou o caráter lacunar) da instalação da mídiatização como processo de referência na sociedade – que vai desembocar na sua teria do ‘sistema de resposta social’. Outras possibilidades de confrontação com a idéia de unilateralidade que pode surgir do pensamento dos autores mencionados seriam as posições de Martín-Barbero (1997), a respeito dos sentidos gerados na recepção, diferentes dos da produção; e de Certeau (2001), presentes nos apontamentos a respeito da ‘invenção do cotidiano’.

circulan en imágenes, hechos, ideas, conceptos, y descripciones que, por repetitivas, se vuelven parte del conocimiento práctico. A largo plazo, este termina por convertirse em el llamado “sentido comum”, razón con la qual categorizamos y evaluamos situaciones que puedan surgir. Es que las convicciones sociales, associadas al desarrollo de uma cultura: sabiduría, moral o estética colectiva, se plasman históricamente como sentido común. **Esta información toma la forma explícita de imágenes** cognitivas y sirve para facilitar la interpretación del mundo. Es la informacion que se transforma em familiaridad para vivir e entender lo cotidiano” (Mix, 2006:49)<sup>64</sup>.

Idéia de mesma natureza, se poderia supor, das que já podiam ser identificadas no manifesto de Debord, quando, na quinta tese, afirmava que o espetáculo no qual as ações, na sociedade, tinham se transformado não podiam ser compreendidas apenas “como o abuso de um mundo da visão, o produto das técnicas de difusão maciça das imagens”, mas sim como “uma *Weltanschauung* (visão de mundo) que se tornou efetiva”. Isto é, o espetáculo em que se transformara a sociedade, através dos processos interacionais nela engendrados por seus constituintes, não seria (quarta tese) “um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada pela imagem” (1992:14). Ou seja, mais do que se oferecer como possibilidade de meio através do qual alguém expressa algo na intenção de comunicar a outrem que percebe, o que a proliferação destas imagens na função de mediação de uma relação de comunicação (ou de ‘interação social’) na sociedade geraria seria um ‘modo – de referência – de fazer as coisas’ (Braga).

---

<sup>64</sup> Paralelamente à idéia que se vem dando atenção, de uma ‘*construção da realidade*’, característica aqui defendida em relação aos processos midiáticos, que, por consequência – como justamente se quer demonstrar – ocorreria ‘predominantemente’ *através da imagem* (em função da potencialidade objetiva e autenticadora do que refere que passa a poder ter), se poderia tentar associar a idéia de ‘socialização primária’, trazida por Berger e Luckmann em “A construção social da realidade”. Entendendo-se que, neste momento, tratar-se-ia de tema que apenas se afeiçoa ao corrente tratado, haveria, todavia, a possibilidade de se entender esta ação da imagem (‘autenticadora’), expressada via mídia, como “a apreensão ou interpretação imediata de um acontecimento objetivo como dotado de sentido”, que seria o “ponto inicial” da ‘socialização primária’, entendida como uma “interiorização”. Esta “manifestação de processos subjetivos de outrem”, que é apreendida ou interpretada imediatamente, “torna-se subjetivamente significativa” para quem a apreende (1998:174). Berger e Luckmann ainda vão dizer que a socialização primária cria “uma abstração progressiva dos papéis e atitudes dos outros particulares para os papéis e atitudes *em geral*” (*ibidem*, 178). Abstração talvez derivada do ‘repetitivo’ ao qual se refere Mix, que ao se tornar familiar, se torna identificável. Pois, se o que esperamos da imagem é ‘familiaridade’ (na medida em que a pré-disposição, baseada na confiança de que a imagem nos traga o retrato fiel do mundo, só acontece porque veremos o mundo ‘tal e qual’ conhecemos presencialmente, na imagem – a ‘constância perceptiva’ de Aumont/Gombrich –, ou seja, por conta de uma familiaridade), identificamo-nos com ela, interiorizando-a, passando a tê-la como um “acontecimento objetivo” de “referência”. Através da(s) imagem(s), portanto, assim como os autores referem à socialização primária, o indivíduo não estaria “somente a absorver os papéis e atitudes dos outros”, como dizem, “mas nesse mesmo processo”, estariam a “assumir o mundo deles” (*ibidem*, 177); ou então, o mundo das imagens, como estariam apontando, de alguma forma, Sodré, e mais especificamente Sontag, por exemplo.

#### 4.1.4.1.1 Início da evidente desconfiança

‘Modo de fazer as coisas’ que seria aquilo que propriamente caracteriza este processo de interação da midiatização em vias de se tornar referencial. Então, se um dos operadores principais deste processo interacional, como se quer entender aqui, é a imagem, na medida em que ela introduziria aparentemente uma possibilidade que os demais processos anteriores não possuíam, que seria a de objetivar (a totalidade) daquilo que refere – pois ao invés de referi-lo por evocação ou transposição, agora ‘autenticaria’ aquilo que mostra a representação que traz na sua superfície –, *uma outra característica inerente* ao processo de interação, ou ao processo de comunicação, que se baseia em representações através de meios para tal, *ficaria escondida* (camuflada) perante o poder especular (de efeito de real) deste novo membro da família das imagens que introduz a natureza fotográfica na reprodução da realidade. Contudo, apesar de encoberta, esta intrínseca outra característica – a da *construção da realidade* – não estaria nem um pouco menos efetiva e operante.

Por isso, provavelmente, que Vattimo vá subjugar o que chama de “autotransparência da sociedade”, que se por um lado tornaria “efetivamente possível do ponto de vista da disponibilidade estritamente técnica” tal transparência na ‘sociedade da comunicação’, por outro se desenvolveriam, “no próprio seio do sistema de comunicação, mecanismos (o “surgimento de novos centros de história”) que tornam definitivamente impossível a realização da autotransparência” (1989:32). Segundo o autor, “em vez de se dirigir para a autotransparência, a sociedade das ciências humanas e da comunicação generalizada dirigiu-se em direção ao que, pelo menos na generalidade, se pode denominar ‘fabulação do mundo’”, o que aconteceria através das “**imagens** do mundo que nos são fornecidas pelos media e pelas ciências humanas (*ibidem*, 34) <sup>65</sup>.

‘Fabulação do mundo’ que se poderia entender consubstanciada à idéia de ‘construção da realidade’, e fazer lembrar o já recortado aqui de Verón (pág. 71), quando dizia que ‘a revolução das tecnologias de comunicação’, que muda a natureza da sociedade de midiática para midiatizada, instaurando a ‘midiatização’, ‘faz estalar a fronteira entre o real da

<sup>65</sup> Bourdieu, no prólogo de “Sobre a televisão”, diz esperar que seus argumentos “possam contribuir para dar ferramentas ou armas a todos os que, nas próprias **profissões da imagem**, combatem para impedir que aquilo que poderia tornar-se num extraordinário instrumento de democracia direta se converta em instrumento de ‘opressão simbólica’” (1997:Xi), “... e a televisão, que pretende ser um instrumento de **registro**, torna-se instrumento de **criação de realidade**” (*ibidem*, 15), deixando claro, além da consideração de que a imagem se constitui num instrumento (de mediação da informação) do campo (‘profissional’) da comunicação, que ela teria justamente a possibilidade – e a função – do ‘registro’ da realidade que quer referir, e que a característica de construção da realidade, se considerada uma criação desta, passaria de inerência à ameaça.

sociedade e as suas representações’. A partir do que se ‘comece a suspeitar que os meios não sejam somente dispositivos de reprodução de um “real” o qual copiam mais ou menos corretamente, senão muito mais dispositivos de *produção* de sentido’ (2001:14). ‘Produção de sentido’ através destes dispositivos midiáticos de reprodução do real que se armaria quando, como referida afirmação de Fausto Neto (pág. 72), o que passa a importar não é mais um “mundo externo” a ser apontado, mas o próprio processo e as operações realizadas pela economia midiática. Esta economia midiática (tal Barthes referia as ‘economias da informação’, que sofreriam uma ‘mutação capital’ em função do novo membro da família das imagens; a fotografia – pág. 106), para Fausto Neto, ‘gera a realidade’. ‘Ou seja’, nas palavras do autor, ‘a **ênfase está na enunciação** que assim se formula como foco para poder saber, mostrar e dizer’; isto é, ‘a **realidade da construção**’ (2005:13).

Eco, ao que o seu texto indica, apostaria neste mesmo fator, da ‘ênfase na enunciação’, como o caminho pelo qual o uso de imagens para comunicar passa a ‘presentar’ (como mencionava Lasch, nota 26, pág. 76) a realidade, ao invés de representá-la (mesmo que ‘mais ou menos corretamente’, como assinala Verón, mas ainda assim sem a deliberada ‘criação’ de realidades, como refere Bourdieu). Ainda que apoiado no seu argumento de uma mistura que dissolveria a dicotomia entre programas (televisivos) de informação e de ficção (entretenimento) (que poderia circunscrever suas considerações apenas à televisão, mas que as compartilharia com outros membros ‘autenticadores’ da família das imagens, na medida em que é isso que a transmissão televisiva é: uma imagem), Eco vai dizer que a tevê é transformada de “um veículo de fatos (considerado neutro) em um aparato para a produção dos fatos, **de espelho da realidade em produtor de realidade**” (1984:192). O motivo, para o autor, seria o de que se esboçaria “desde algum tempo, um tipo de programa em que o problema da confiabilidade dos enunciados começa a se tornar ambíguo, ao passo que absolutamente indiscutível é a **confiabilidade do ato de enunciação**” (*ibidem*, 189). Assim, não estaria “*mais em questão a verdade do enunciado*, isto é, a aderência entre o enunciado e o fato, mas a **verdade da enunciação**” (*ibidem*, 188).

Bourdieu, também aludindo especificamente à televisão, vai dizer que ela pode

paradoxalmente, esconder mostrando, mostrando coisa diferente do que seria preciso mostrar se nela se fizesse o que supostamente se faz, quer dizer, **informar**; ou ainda mostrando o que seria preciso mostrar, mas de tal maneira que é isso que não é mostrado ou se torna insignificante, ou por fim **construindo-o** de tal maneira que acaba por assumir um sentido que em **nada corresponde à realidade**” (1997:11).

Evidentemente, ainda que saibamos que as idéias de ‘espelho da realidade’, como diz Eco, e de que a função da televisão (como dos demais veículos para comunicação através da imagem) seja – ainda que ideal e ingenuamente esperada – a de ‘informar’ (no sentido de publicizar), como diz Bourdieu, possam ser muito mais prováveis ilusões de senso comum, a sua recorrente menção denota a importância de ambas, que, no contexto em que interessa investigar, não necessitariam da peculiaridade ontológica (principalmente em relação à especularidade, neste sentido) todas as vezes em que mencionadas. De modo que, com base nestas últimas citações (Eco e Bourdieu), talvez se pudesse retomar o que foi posto até o momento sobre (1) as possibilidades que o avanço da tecnologia oferece à produção da imagem com o objetivo de representar fielmente a realidade, permitindo-lhe exercer (mais enfaticamente) o papel de mediação (como a caracterizam Aumont, Flusser e Machado) – pois com a possibilidade de ‘autenticar’ aquilo que refere (o que gera a ‘confiança’ de que ‘assim foi’ em quem percebe a expressão que representa o referente) – num processo de relação no qual ela é utilizada como um meio (agora eletro-tecnológico – o que lhe dá essa possibilidade) *para* comunicar algo entre quem expressa e quem percebe esse algo; e (2) sobre a inerente ‘construção da realidade’ *apesar* (a despeito) deste ‘efeito de real’ que caracteriza a função informacional do campo da mídia (Rodrigues, Bourdieu), e do qual ela é dependente (enquanto se legitima socialmente nesta funcionalidade); ***criação de realidade que passaria despercebida justamente em função desta ‘objetividade’ que a imagem (tida como um dos operadores principais deste campo, se não o principal), agora, possibilita.***

Neste sentido, se poderia retomar o afirmado aqui no capítulo anterior sobre o campo da mídia em geral (pág. 80), quando se dizia que a sua atividade, “apesar de co-construir o conteúdo original da expressão”, não retiraria dela – graças ao efeito de real com que poderia passar a produzi-la – “a fidedignidade representacional a qual originariamente se proporia”, o que asseguraria “a confiabilidade sobre a mensagem que expressa”. Ou seja, tornando representações objetivas da realidade o que na verdade seriam ‘presentações’ “de uma realidade moldada em função do seu próprio (da mídia) funcionamento”, engendrando uma “co-construção” (midiática) dessa realidade não (claramente, ou a princípio, ou no senso comum) notada “devido à permanência do caráter especular e representacional” que – *e então agora o acréscimo em relação ao afirmando anteriormente, com relação ao campo da mídia em geral, introduzindo a **imagem** como um operador desta mudança* – o campo da mídia pode melhormente passar a produzir a partir das características justamente especulares que a expressão imagética, principalmente se for considerada seu principal operador, lhe oferece.

Num esforço de contrição e retomada possíveis, se poderia arriscar juntar algumas idéias importantes colocadas até aqui e tentar resumir o que se pensa que poderia acontecer. Neste caso, a predominância da forma (do modo, da ‘postura’ (Giddens, pág. 79) sobre o conteúdo (como argumenta Fausto Neto) – conteúdo que era o discurso dos outros campos procurando publicização no campo da mídia (Rodrigues, Bourdieu) – como uma característica da linguagem ‘midiatizada’ é o que mudaria nossas condições de relação com o real (Augè). Isto se daria na medida em que em função da tecnologia empregada na produção da mensagem midiática (‘tecnologia’ como característica exclusiva dos ‘meios de (ou *para*) comunicação’, segundo Verón; e que permite à ‘comunicação’ se constituir como matéria de reflexão específica, segundo Rüdiger), faria surgir ‘uma nova ambiência’ (Gomes) na qual é possível testemunhar, registrar (Aumont, Carlón), e mostrar (Sontag) aquilo que se quer referir. Esta expressão imagética que agora pode representar na ‘totalidade’ (Braga) aquilo que refere (atingindo até então o auge de um mimetismo imagético), pois produzida especularmente como um ‘reflexo direto do mundo’ (Santaella) na medida em que ‘autentifica’ aquilo que reproduz (Barthes) se associa ao ‘efeito de real’ característico do campo da mídia (Rodrigues, Bourdieu), juntando dois traços de ‘confiabilidade’ – o em relação a este tipo de imagem (Flusser, Santaella, Bourdieu), e o em relação a ‘sistemas abstratos’ (Giddens), como se poderia considerar que seja o campo da mídia. Esta expressão imagética, no papel de engendramento de uma ‘mediação’ (Flusser, Aumont, Machado) que funda uma relação entre alguém que expressa uma mensagem através da imagem e outrem que a percebe – entendida aqui basicamente como comunicação (ou como um elementar processo pelo qual a comunicação está sendo entendida) – na medida em que supostamente compreendida como um ‘operador principal (ou condicional)’ de um processo gerado pelo uso majoritário de meios eletro-tecnológicos (mídias) para relações de comunicação na sociedade, instalaria um ‘novo modo de ser no mundo’ (Gomes). Este se instituiria por um tipo de processo de interação social (ou de comunicação) que passa, em marcha acelerada (mas ainda lacunar), a se tornar de referência (Braga: a ‘midiatização’), que poderia ser entendido como a constituição de ‘uma ordem de mediações socialmente realizadas caracterizadas por uma espécie de prótese tecnológica’ (Sodré), justamente, pois, na qual um dos principais operadores (quicá a ferramenta essencial, e por isso, condicional) é a *imagem*.

No que se poderia adicionar que, sendo o (ou um dos) operador(es) principal(is) deste processo de midiatização (das interações sociais), o que a imagem, no caso de se constituir um meio majoritário para uma relação de comunicação, instalaria (é a aposta, e não exclusiva mas, talvez, principalmente sobre a imagem) seria um ‘paradigma informacional’, referido

anteriormente por Lasch (pág. 74). Pois este, segundo o autor, contaria com as características de ‘presentar’ (e não ‘representar’) a realidade, baseado na sua imediatividade, e/ou efemeridade, que, pelo viés eletro-tecnológico dos meios, transformaria o conteúdo que passa por eles em ‘informação não reflexiva’, ou, nas próprias palavras do autor: “o efêmero” sendo “o conteúdo dos meios de informação” (2005:130). Quando o ‘conteúdo’ transmitido pelas ‘máquinas de informação’ tem, pois, estas características explícitas, retornaria à tona (mesmo que talvez nunca tivesse estado no fundo) mais que a idéia de construção, ou co-construção, da realidade; mas a idéia de uma verdadeira ‘criação’ de determinada realidade. Pois este conteúdo midiaticamente apresentado através de uma natureza autenticadora (da imagem) produzido por máquinas que permitem um registro com efeito especular da realidade que querem referir (o que instaura a confiança de que aquilo que representam é, ou foi, assim) já não mais evoca nem transpõe o conteúdo que refere. O que parece passarem a fazer é: tendo praticamente toda a carga da mensagem que engendra voltada para o *modo* (a postura) de transmiti-la, estas novas imagens ‘mostram’ a ‘autenticação’ da própria expressão (do ato de expressar). Através de uma imagem especular que então é possível produzir, operada por um campo caracterizado pelo efeito de realidade na (re)apresentação do que refere (que é a sua função, e sua legitimidade social), gera confiança numa realidade criada (talvez nem mais ‘apenas’ co-construída, ou contaminada por suas lógicas retóricas de discurso) com traços especulares (de uma realidade que não existe) para garantir-lhe um papel que (ele, campo da mídia) não tem; o de ser capaz de dizer algo, autonomamente, sobre o mundo.

Ou seja, aquilo que se percebe, numa relação de comunicação, expressado através de meios eletro-tecnológicos, deste modo (exagerada e unidirecionalmente, talvez aqui considerado), acabaria sendo uma fantasmagoria que se validaria como representação fidedigna de uma realidade, dado o poder especular com que (através da imagem) o campo da mídia a apresentaria<sup>66</sup>. Caráter fantasmagórico que seria característica inerente do que se aventurou classificar aqui, até o momento, como ‘operador principal (e/ou condicional)’ da midiaticização; a imagem.

Se, então, como sumário do colocado acima, se poderia lembrar a afirmação de Debord, na 18ª tese da ‘Sociedade do espetáculo’ ao aventar que “quando o mundo real se transforma em simples imagens, as simples imagens tornam-se seres reais e motivações

---

<sup>66</sup> Associando, paralelamente, com a teoria de Berger e Luckmann, se poderia dizer que esta representação da realidade através da imagem teria o mesmo efeito da ‘socialização primária’ que caracterizam através da linguagem. Dizem os autores que “a socialização primária realiza assim o que (numa visão retrospectiva, evidentemente) pode ser considerado o mais importante conto do vigário que a sociedade prega ao indivíduo, ou seja, fazer aparecer como necessidade o que de fato é um feixe de contingências...” (1998:181).



eficientes de um comportamento hipnótico” (1992:18), seria este paradoxo da imagem (que ‘mostra’ com ‘cara’ de realidade uma coisa ‘querendo, na verdade, dizer outra’) é que se caberia desmascarar – mesmo que seja já uma evidência gritante.

#### 4.2 TARKOVSKI E DA VINCI: E A DENÚNCIA

*“Naquele Império, a Arte da Cartografia atingiu uma tal perfeição que o mapa duma só Província ocupava toda uma Cidade, e o mapa do Império, toda uma Província. Com o tempo, esses Mapas Desmedidos não satisfizeram e os Colégios de Cartógrafos levantaram um Mapa do Império que tinha o tamanho do Império e coincidia ponto por ponto com ele”.*

J. L. Borges, ‘Do Rigor na Ciência’, in ‘História Universal da Infâmia’.

Em 1986, o cineasta soviético Andrei Tarkovski concluiu seu último filme, “O Sacrifício”. Nele, a primeira imagem a aparecer é um fragmento da pintura “A adoração dos Magos”, de Leonardo da Vinci, datada de 1481/82, sobre a qual a câmera fica parada aproximadamente quatro minutos – tempo em que os créditos do longa-metragem aparecem sobre a reprodução de parte da obra do pintor. A recorrência a este objeto empírico no que diz respeito ao propósito original desta pesquisa de tentar vislumbrar possíveis *razões e modos pelos quais a imagem, como meio de (para) comunicação, adquire uma suposta prevalência na maneira de organização social contemporânea* nunca esteve satisfatoriamente plena ou coerentemente justificada. Porém, em nenhum momento se pensou também ser abandonada. No que se poderia tomar como um ‘encontro’ de duas imagens de mesma natureza, a se considerar um seu objetivo de verossimilhança e fidedignidade àquilo que é uma de suas naturais funções exercer – a representação mimética do que refere (seja o referente real como no caso do cinema de Tarkovski a referir trecho do quadro de Leonardo; seja o referente ideal como refere a cena da adoração pintada por da Vinci, na qual os traços da pintura imitam convincentemente a realidade visível) – a suspeita, desde a primeira superficial observação deste caso foi a de que neste ‘encontro’ algo poderia estar sendo dito (provavelmente mais por Tarkovski do que por da Vinci) sobre este suposto poder que a imagem teria como um meio através do qual uma realidade não acessível poderia ser o mais *verossimilhançamente* reproduzida. Poder que, ao se oferecer, enquanto imagem, a um dos órgãos dos sentidos mais invocados a perceber sensorialmente dados do mundo exterior, seria alcançado pela expressão

imagética, quanto mais possível fosse a sua possibilidade de representar com fidedignidade o referente na medida em que justamente se constituísse como um meio para este fim: fazer a mediação, ao representar objetivamente aquilo que quer referir, entre um *expressar* e um *perceber*: processo de relação elementarmente entendido como comunicação, aqui.



**Imagem 1:** 'A Adoração dos magos', 1481/1482, Leonardo da Vinci  
Óleo sobre madeira, 243 X 246 cm, Galleria delli Uffizi, Florença, Itália



**Imagem 2:** Fotograma do trecho em que ocorre o encontro de imagens, no filme 'O Sacrifício', de Andrei Tarkovski, 1986, Suécia, 142min. (pedaço da pintura de da Vinci filmada pelo cinema de Tarkovski)

Praticamente todo o trabalho feito até o momento, neste sentido, poderia ser considerado, sem exagero, quase que uma preparação para se poder entender (ou criar, pois toda a crítica seria também uma composição) o que poderia estar sendo dito quando Tarkovski promove tal 'encontro' de duas imagens que teriam natureza de propósito (e/ou de função) tão semelhante. Evidentemente que isso não quer dizer que o trabalho não seja sobre o que foi pesquisado até aqui, mas precisamente o contrário: que o caso do encontro entre estas duas imagens seria um *álibi* (um motivo) para investigar o que foi trabalhado. Ao mesmo tempo, também, o próprio trecho do filme em que se dá o 'encontro' poderia ser considerado como um 'comentário' exatamente sobre as questões levantadas acima, a saber, os possíveis caminhos pelos quais a imagem, como um meio *para* comunicação, atingiria determinada superioridade dentro de uma sociedade em vias de *mediatização* (conforme Braga). *Álibi* e/ou comentário sobre o que seria o propósito original do trabalho, a cena, como objeto empírico, teria uma possível justificativa quando este suposto 'posicionamento' (ou 'recado') sobre o tema de uma alegada supremacia da imagem estaria sendo feito por um cineasta do porte de Tarkovski, se valendo, por sua vez, da obra de um artista do porte de Leonardo. Argumento de autoridade ou não, não haveria sido somente por ele que outros casos parecidos teriam sido declinados ao longo do processo de pesquisa, como os trechos dos filmes "Moça com brinco de pérola", em que a câmera do diretor Peter Weber, no início do longa-metragem, encontra a pintura homônima de Johannes Vermeer, e de "Vou pra casa", de Manoel de Oliveira, em que no meio da história a pintura "The singing butler", de Jack

Vettriano, é focada, por exemplo. A permanência de um único acontecimento destes como (pseudo, ou parcial) objeto empírico da pesquisa, neste caso o da lente de Tarkovski encontrando trecho da tela de da Vinci (agora sim, pelo argumento da relevância artística de ambos) teria se dado propriamente porque o foco do trabalho *não* está rigorosamente no que acontece quando duas imagens se encontram, *mas no que pode estar querendo ser dito, por parte de quem promove este encontro (não por acaso, destes dois tipos de imagens), em relação a esta advogada supremacia de imagens especulares no modo de vida de nosso tempo.*

Por isso, certamente, constituir-se-ia a análise desta cena com a inevitável característica de glosa ao trecho do filme. Como um comentário apreciativo não é o que exatamente interessa ser desenvolvido como um projeto de pesquisa, e nem supriria os propósitos (que permanecem abertos) do trabalho, o que se tenta fazer, ainda, é o desmascaramento (mesmo que possivelmente já evidente) daquele paradoxo, recém referido, da imagem especular e seu intrínseco (e certamente enganoso) efeito de real. Que é o que justamente se ‘hipotetiza’ estar sendo *denunciado* no momento em que Tarkovski investe (põe à prova) a imagem especular do seu cinema na imagem que objetiva o maior efeito de real, nunca visto até a época em que fora feita, impregnado na pintura de da Vinci.

Assim, num sentido que amenizasse o tom de comentário a ser feito sobre a cena, tentar-se-ia analisá-la de maneira próxima ao que Braga, por exemplo, trata como ‘paradigma indiciário’: método, segundo o autor, em que

os seguintes elementos podem ser tomados como centrais: o estudo de casos singulares; a busca de indícios que remetem a fenômenos não imediatamente evidentes; a distinção entre indícios essenciais e acidentais; o trabalho de articulação entre indícios selecionados; e a derivação de inferências (2007:06).

Pois o que se imagina é que não seja exatamente evidente o início do filme de Tarkovski poder estar querendo invocar precisamente uma discussão sobre um tema tal a provável supremacia da imagem como meio para comunicação no mundo contemporâneo, por exemplo. De onde se infere que se essa for a aposta (mesmo que como glosa), um dos trabalhos a ser feitos sobre o caso deva ser propriamente o da distinção de indícios (neste objeto), que, essenciais para os propósitos que o elencaram, devem ser destacados, para que possam então ser articulados com determinadas idéias (teorias) que levaram até ele (ou que o trouxeram até elas), levando-se em consideração que “a base do paradigma indiciário não é colher e descrever indícios – mas selecionar e organizar para fazer inferências” (*ibidem*). Isto

é; sobre o caso proposto, as características procuradas seriam as que dizem respeito ao propósito justamente pelo qual ele [caso] foi selecionado.

Antes da análise propriamente deste objeto, contudo, apresenta-se aquilo que se supõe, finalmente, o ‘encontro’ estar tratando – e que poderia ser, enfim, o óbvio assunto da pesquisa: o desdobramento da evidente desconfiança em relação à possibilidade da imagem, por mais especular que venha a ser produzida, poder representar o que refere simplesmente com um efeito de real que não maculasse sob hipótese alguma a inerente intervenção que o próprio ato de expressar exerce no conteúdo que veicula.

Isto estaria querendo dizer que, embora o trabalho esteja baseado na possibilidade de uma imagem – ao poder ser produzida com efeito de real (ou efeito de ‘autentificação’, conforme Barthes) numa função de mediação na relação de comunicação entre uma extremidade que expressa e uma que percebe ao representar o mais fidedignamente aquilo que refere – instaurar-se com suposta supremacia como meio para comunicação dentro de uma sociedade em vias de midiatização, *não* se esteve pondo de lado a sua permanente e natural característica de inerente, automática e inapelavelmente *modificar* aquilo que se põe a reproduzir através da representação que expressa. O que se intentou aventar foi que *tendo em conta* a possibilidade de ser produzida com este efeito especular (exatamente de espelho: que reflete perfeitamente o original que lhe dá existência), *gerando* para si um caráter de confiabilidade (como constatam Flusser, Santaella, Bazin; ainda que baseado no senso comum, como mencionado por Barthes, Dubois, Eco, Bourdieu), a modificação (ou a co-construção da realidade, como se usou aqui) que esta imagem provocaria na realidade que refere estaria, possível e não exclusivamente, *direcionada* a determinada ação [de auto-referência] que seria justamente o que a sustentaria [ela, imagem] numa posição destacada *bem como* garantiria a legitimidade do campo [da mídia] ao qual pertenceria na função de representar fidedignamente a realidade [que é a função que legitima o campo da mídia] quando se colocasse como um seu principal operador. Se aquele tipo natural de modificação que ocorre em qualquer ato de representação – e através da imagem, mesmo a especular, não seria diferente (este é o ponto) – é eminentemente manifesto, a clarividência de um determinado tipo de modificação acentuada para um relativo fim [a auto-referência do enunciador; neste caso, o midiático], quando se vale da crença que gera de que a representação que expressa garante que o reproduzido ‘foi assim’, poderia não estar exatamente evidente.

O problema, então, se há, pareceria estar especialmente neste uso de uma imagem que se faz crer especular quando se vale do efeito de real para co-construir (criar) uma realidade

que ao auto-referir-se (ou referir o poder do seu discurso autenticador) serve para legitimar o seu (suposto) poder. Isto é, o caso em que uma expressão através da imagem (especular) representaria muito mais esta alegada supremacia de autenticar um referente, do que uma própria representação que o autenticasse – o que faria com que o que acabasse sendo autenticado de fato fosse o próprio ‘ato [‘autenticativo’] de expressar’, corroborando assim a sua [da imagem] advogada potência, desde que seria o único meio (para comunicação) a possuir tal possibilidade de especularidade/autentificação. Ou seja, como referido no final do capítulo anterior, a crença de que o expressado através da representação imagética ‘foi assim’, em função do seu efeito de real, viria a ser a percepção de uma ‘fantasmagoria’, mas então não só porque é impossível de se reproduzir um referente sem interferir nele automaticamente no próprio ato da expressão, mas porque aquela representação supostamente fidedigna *serviria* ainda não só a uma legitimidade funcional do campo da mídia, no qual esta imagem é operada, mas principalmente à manutenção de um poder sincrônica e mutuamente abastecido entre a imagem que opera através do campo (midiático) e o campo que opera através da imagem (midiática). Ambos ancorados na dependência um do outro sobre uma função que ao mesmo tempo em que lhes legitima – a especularidade – é o que lhes forneceria um poder em relação aquilo que justamente é impossível que ofereçam – o caráter especular da expressão representativa, que é (seria) seu papel exercer.

É, então, sobre a impossibilidade (evidente) de uma representação ‘tal e qual’ através da imagem, por mais especular que possa ser produzida – como seriam o cinema e a pintura renascentista – que se discorre brevemente antes de ver o que dela [impossibilidade] estaria sendo denunciado pelo caso do encontro de uma imagem cinematográfica (a de Tarkovski) com uma imagem pictórica da Renascença (a de da Vinci).

#### **4.2.1 Impossibilidade de representação fidedigna (expressão é mais que – ou nunca é uma – reprodução)**

É fato que a obviedade da impossibilidade de uma reprodução dar ‘o próprio’ referente estaria desde sempre clara: uma reprodução de algo, é patente, não é o algo, simplesmente porque a expressão usada para referi-lo já é, evidentemente, outra coisa. O verbo ‘representar’ poderia ser ele mesmo a explicitação desta condição: algo apresentado outra vez (de outra maneira, em outro tempo), que ‘está por’ outro algo: que o invoca; que de alguma forma o

traz presente, manifestamente jamais sendo ‘a’ coisa ausente. Naturalmente sendo obrigatoriamente outra coisa, justo na função representativa, fatalmente modifica aquilo que deve ‘estar por’. Circunstância presumível, algumas posições que a confirmam são trazidas aqui para reforçar, talvez, aquilo que se pensa poder estar sendo denunciado pelo caso do encontro de imagens promovido por Tarkovski.

A continuação de uma afirmação de Flusser, neste sentido (anteriormente citada aqui, à pág. 104), de que imagens são ‘mediações entre o homem e o mundo’, ofereceria tal evidência da impossibilidade de uma reprodução imagética ser completamente fidedigna ao que refere quando o autor segue dizendo que ao invés de “mapas” do mundo, como seria o “propósito” das imagens (imagens técnicas, neste caso; demonstrando aí implicitamente o ideal de fidedignidade no uso das imagens), elas “acabam sendo biombos”. O que faria, segundo Flusser, ainda, com que “o homem, ao invés de se servir de imagens em função do mundo” passasse “a viver em função de imagens” (2002:09). Ao completar dizendo que “as imagens técnicas, hoje onipresentes, ilustram essa inversão”, o autor, além de denunciar a evidente natural impossibilidade de a imagem ser a reprodução completamente fiel daquilo que refere, estaria confirmando determinado ‘poder’ da expressão através da imagem que, na possibilidade de uma sua produção ‘técnica’, se tornaria mais notório.

De certa maneira, suas posições poderiam ser também reflexo de teorias que já apontavam para tal impossibilidade. Dentre elas, por exemplo, notada e sabidamente, a platônica. Na fase de sua maturidade<sup>67</sup>, Platão, ao atacar os artistas, principalmente os produtores de superfícies imagéticas, vendo na sua prática de reprodução (representação) das coisas através da imagem a própria consumação da impostura de dar aos sentidos o que não é verdadeiro, já denunciava o embuste da representação imagética. Na sua teoria das Idéias<sup>68</sup>, nada do que percebemos pela experiência (através dos sentidos) pode ser considerado como verdadeiro, desde que particular e transitório. As imagens representativas produzidas pelos artistas seriam esta própria enganação. Como assinala Duarte, tratando dos problemas das imagens em Platão, citando trecho da ‘República’ (597e), lembra que a pintura, para o

---

<sup>67</sup> De 385 a 370 a. C., da qual se pode destacar as obras, Fédon, Fedro, Banquete e República.

<sup>68</sup> Principalmente nos diálogos referidos acima, a filosofia platônica trata ontológica e epistemologicamente da teoria das Idéias, cuja uma das bases é a oposição entre o mundo sensível e o mundo ideal. Tema que o próprio filósofo passa a colocar em cheque a partir do diálogo seguinte; Parmênides. Na teoria das idéias, a tese básica platônica é a de que as coisas do mundo sensível são meras cópias imperfeitas dos originais ideais que existem no mundo das idéias. Assim, por conseqüência, os produtores de imagens, tais pintores e escultores, simbolizariam a própria prática desta ilusão, ao tentarem reproduzir as coisas através das imagens que produziam.

filósofo, é uma obra distante três graus do referente natural (1999:03) <sup>69</sup>. Tendo como exemplo uma cama, diz que o primeiro grau de distância é a idéia; o segundo, aquilo que o carpinteiro faz; o terceiro, a imitação produzida pelo artista. Seguindo na análise, Duarte seleciona do diálogo ‘Crátilo’ (432c) o trecho em que ficaria ainda mais clara a “insuficiência cognitiva da imagem”, ao citar a pergunta: “Não sentes até que ponto as imagens estão longe de encerrar os mesmos conteúdos dos objetos dos quais elas são imagens?”. A ênfase da crítica platônica, como facilmente se nota em grande parte de sua obra, que pretende expulsar os imitadores pintores da república ideal acaba, assim, se poderia considerar, sendo nada mais do que, a um só tempo, o próprio elogio, sobretudo, da imagem como uma expressão representativa capaz de, mais que os outros tipos de representação, expressar da maneira mais fiel possível o real que refere. Ou seja, como não poderia deixar de ser, um elogio à função da imagem ao mesmo tempo em que uma denúncia da sua impossibilidade de cumprir exatamente a sua função.

Considerando, assim, as básicas acepções de Flusser e Platão, pelo menos, no que toca à acusação de uma impostura (sabida, mas em função de determinada especularidade, ‘esquecida’) das imagens, seria possível enumerar no mínimo dois preliminares graus de obviedade desta impossibilidade de uma ‘completude’ referencial da expressão imagética especular. O primeiro e mais evidente grau seria o de constatar que, mesmo assumindo os atributos de objetividade (ou autentificação) presentes na imagem fotográfica, a produção da imagem sempre indica um “ponto de vista”. O que para Sontag poderia ser explicado assim:

Mas, como as pessoas logo descobriram que ninguém tira a mesma foto da mesma coisa, a suposição de que as câmeras propiciam uma imagem impessoal, objetiva, rendeu-se ao fato de que as fotos são indícios não só do que existe, mas daquilo que um indivíduo vê; não apenas um registro, mas uma avaliação do mundo. Tornou-se claro que não existia apenas uma atividade simples e unitária denominada ‘ver’ (registrada e auxiliada pelas câmeras), mas uma ‘visão fotográfica’, que era tanto um modo novo de as pessoas verem como uma nova atividade para elas desempenharem (2004:105).

O segundo grau de obviedade de impossibilidade seria o da própria constituição ‘física’ – se poderia chamar assim – do que se está considerando ‘imagem’, aqui. Que estaria sucinta e suficientemente definido pela acepção de Flusser, quando diz que se trata [uma imagem] do “resultado do esforço de se abstrair duas das quatro dimensões do espaço-tempo, para que se conservem apenas as dimensões do plano” (2002:07). Num sentido em que

---

<sup>69</sup> Duarte, Rodrigo. **Ética e imagem – uma alegoria platônica**. Texto consultado pela última vez em 24.11.2008 no endereço eletrônico <http://www.fafich.ufmg.br/~roduarte/Eticaeimagem.pdf>. Publicado primeiramente em *Revista Forum bhzvideo*, Belo Horizonte, 2 (58-63): 1994.



Aumont completaria, ao lembrar que as imagens, “como são obtidas por uma projeção da realidade tridimensional em apenas duas dimensões, implicam perda de informação por ‘compressão’” (1990:66); tendo, o próprio autor, mencionado antes que, mesmo numa “figura plana” [que é a imagem], “logo se percebe um arranjo espacial, semelhante ao que seria oferecido por uma cena real” (a ‘constância perceptiva’, idéia de Gombrich, trazida pelo próprio Aumont referida aqui à pág. 90). Para Aumont, isto [esta natureza semelhante de percepção de uma imagem e da ‘cena real’] quereria dizer que “percebemos simultaneamente essa imagem como fragmento de superfície plana e como fragmento de espaço tridimensional”, o que se constituiria no “fenômeno psicológico fundamental que se chama dupla realidade perceptiva das imagens, ou, por abreviatura, dupla realidade das imagens” (*ibidem*, 63) – de onde também se poderia inferir, aqui, uma origem para determinada ‘crença’ (ou confiabilidade), anteriormente bastante mencionada, que as imagens inspiram em quem as percebe, já que são recebidas como (ou muito semelhantemente) realidade (ou como ‘janelas’ – dada a especularidade que a técnica avançada permite – tal afirma Flusser).

Sobre esta condição da imagem: de se constituir (‘materialmente’) como um objeto de duas dimensões, através do qual se representa uma realidade que possui três (ou quatro, como quer Flusser) dimensões, e mesmo assim causar a impressão de uma tridimensionalidade (tal a realidade que refere) em quem a percebe, Aumont faz um resumo invocando dois traços que vão se instituindo com determinada importância dentro das considerações sobre a imagem sendo feitas até aqui: ‘paradoxo’ (já citado, e que será em seguida retomado por Barthes), e ‘simbólico’ (presente como ‘simbolização’ na frase várias vezes citada de Augè, nas considerações de Flusser sobre a imagem pictórica; e que voltará a ser mencionado em outro trecho do próprio Flusser). Para Aumont, portando, as imagens são

objetos visuais muito paradoxais: têm duas dimensões mas permitem que nelas se vejam objetos em três dimensões (este caráter paradoxal está ligado, é claro, ao fato de que as imagens mostram objetos ausentes, do quais elas são uma espécie de símbolo: a capacidade de reagir às imagens é um passo em direção ao simbólico)” (1990:66).

Deste modo, se poderia articular que estes dois primeiros graus evidentes da impossibilidade da referência completamente especular da imagem – o do inefável ‘ponto de vista’ de quem a produz, e o da abstração (ou compressão) da terceira dimensão da realidade que irremediavelmente promove na sua bidimensionalidade – desembocaria justamente nesta idéia de paradoxo, já que apesar de advertidamente se saber das evidentes impossibilidades de tal especularidade, é também inevitável que se guarde determinado grau de confiança de que

aquilo representado na imagem ‘foi assim’ como ela *mostra*. ‘Paradoxo’<sup>70</sup>, que seria a tônica de uma das entradas de Barthes na tentativa de decifrar esta ação (função) representacional da imagem. No início de ‘A mensagem fotográfica’, por isso, já trataria de desmascarar um possível “estatuto puramente ‘denotante’ da fotografia”, ao dizer que “a perfeição e a plenitude de sua analogia, isto é, sua ‘objetividade’, tudo isso, corre o risco de ser mítico (são as características que o senso comum atribui à fotografia)” (1982:14). Para em seguida chegar à confiabilidade que daí (por este suposto poder ‘somente’ denotante deste tipo de imagem) se instalaria (sobre ela, por parte de quem a recebe), e dizer justamente que “a credibilidade inerente à fotografia [...] consiste em seu extraordinário poder de denotação, para apresentar como simplesmente denotada uma mensagem que, na verdade, é fortemente conotada”, e sentenciar (outra vez lembrando principalmente Eco e Bourdieu, no que dizem a respeito da televisão; e Sontag, no que diz respeito ao ‘ponto de vista’) que “em nenhum outro procedimento [que na fotografia] a conotação incorpora tão completamente a máscara ‘objetiva’ da denotação” (*ibidem*, 16), de modo que “o leitor” receberia “como uma simples denotação o que é, na verdade, uma estrutura dupla, denotada-conotada”, sendo que esta conotação ‘emergiria’ “de alguma maneira de todas essas unidades significantes [uma “composição” de objetos], ‘captadas’, no entanto, como se se tratasse de uma cena imediata e espontânea” (*ibidem*, 17). O que o faria concluir, de certa forma, então, sob o caráter de *paradoxal*, aquilo que estaria sendo aventado aqui, em função do que o avanço da tecnologia na produção de uma imagem com o objetivo de reproduzir fidedignamente o seu referente na intenção de comunicar na medida em que seria utilizada no papel de um meio (mídia) para fazer a mediação (processo de relação de comunicação) entre alguém que expressa algo e outrem que percebe esta expressão: “é, sem dúvida, um importante **paradoxo** histórico: quanto mais a técnica desenvolve a difusão das informações (**especialmente das imagens**), mais fornece meios de mascarar o sentido construído sob a aparência do sentido original” (*ibidem*, 37).

Ao descrever o paradoxo (da fotografia), Barthes, de certa maneira, caracterizaria uma condição a qual praticamente todos os membros ‘da família das imagens’ – que passam a ser produzidos após a possibilidade do efeito de real, e utilizados na função (‘intencional’) de

<sup>70</sup> Que seria o cerne do que Eco e Bourdieu estariam falando sobre a televisão, por exemplo, quando afirmam que (Eco): a tevê é transformada de “um veículo de fatos (considerado neutro) em um aparato para a produção dos fatos, **de espelho da realidade em produtor de realidade**” (1984:192); e (Bourdieu): ela [tevê] pode, “paradoxalmente, esconder mostrando, mostrando coisa diferente do que seria preciso mostrar se nela se fizesse o que supostamente se faz, quer dizer, **informar**; ou ainda mostrando o que seria preciso mostrar, mas de tal maneira que é isso que não é mostrado ou se torna insignificante, ou por fim **construindo-o** de tal maneira que acaba por assumir um sentido que em **nada corresponde à realidade**” (1997:11) – citados à pág. 119.

‘comunicar’, dentro do campo da mídia – estariam, nestas circunstâncias, fadados. O paradoxo não seria por outro motivo, pois, a não ser o de que determinada função que passariam a exercer (e a ser ‘esperada’ deles – destas imagens especulares) fosse exatamente a da fidedignidade (mimetismo ‘total’) do que referem (já que a possibilidade para tal está dada pelo avanço tecnológico para sua produção); pois, de outro modo (se assim não fosse ‘esperado’), não haveria razão alguma para se mencionar contradição nenhuma em relação a este tipo de imagens, desde que a impossibilidade da reprodução fidedigna (tal e qual) é desde sempre evidente. Possivelmente por isto (por este paradoxo que vai ser denunciado somente depois do advento da fotografia – que provavelmente não tenha por que ser relevante em relação à imagem pictórica) é que Barthes irá mencionar ‘o estatuto provavelmente fatal de todas as comunicações de massa’ no meio de suas considerações sobre tal paradoxo quando o faz especificamente em relação à fotografia:

O paradoxo fotográfico consistiria, então, na coexistência de duas mensagens: uma sem código (seria o análogo fotográfico) e a outra codificada (o que seria “arte”, ou o tratamento, ou a “escritura”, ou a retórica da fotografia); estruturalmente, o paradoxo não é, sem dúvida, a junção de uma mensagem conotada: aí está o estatuto provavelmente fatal de todas as comunicações de massa; é que a mensagem conotada (ou codificada) desenvolve-se, aqui, a partir de uma mensagem *sem código*. Este paradoxo estrutural coincide com um paradoxo ético: quando queremos ser neutros, objetivos”, esforçamo-nos por copiar minuciosamente o real, como se o analógico fosse um fator de resistência ao investimento dos valores (é, pelo menos, a definição do “realismo” estético): como pode, pois, a fotografia ser, ao mesmo tempo, “objetiva” e “investida” (de outros significados), natural e cultural? É captando o modo de imbricação das mensagens denotada e conotada que se poderá, talvez, responder a essa pergunta” (1982:14).

O que Barthes não se concentra especificamente neste momento/trecho (mas ‘sente a obrigação’ de referir: ‘estatuto das comunicações de massa’) é o que seria desdobrado por Vattimo, na continuação de sua denúncia especialmente sobre a impossibilidade de uma esperança mesmo em relação a uma ‘autotransparência’ (da, ou na, sociedade) possível em função da instalação de um ‘campo da comunicação’ (e seu ‘esperado’/‘confiado’ caráter especular, conforme Rodrigues, e Eco, e Bourdieu). Ao dizer que no nascimento de uma sociedade pós-moderna os ‘mass media’ exercem um papel determinante, afirma que “eles caracterizam esta sociedade não como uma sociedade mais ‘transparente’, mais consciente de si, mais ‘iluminada’, mas como uma sociedade mais complexa, ou mesmo caótica” (1989:12), para em seguida reforçar sua posição, que nem mencionaria a impossibilidade (‘material’) da especularidade (das imagens), mas ao deixar essa pressuposição implícita (que tal especularidade – dos meios *para* comunicação – poderia tornar a sociedade determinada pelos

‘mass media’ mais ‘transparente’), clarearia a sua idéia de que o desejado fosse propriamente o contrário: uma realidade que seria dada pela contaminação dessas representações (ou pela co-construção, ou pela criação, de realidade, como os termos referidos antes aqui).

... a libertação das múltiplas culturas e das múltiplas *Weltanschauungen*, tornada possível pelos mass media, desmentiu, no entanto, o próprio ideal de uma sociedade transparente: que sentido teria a liberdade de informação, ou mesmo apenas a existência de mais canais de rádio e de televisão, num mundo cuja norma fosse a reprodução exata da realidade, a perfeita objetividade, a total identificação do mapa com o território? De fato, a **intensificação das possibilidades de informação** sobre a realidade nos seus mais variados aspectos torna cada vez menos concebível a própria idéia de uma realidade. Talvez se verifique uma “profecia” de Nietzsche no mundo dos *mass media*: o mundo real torna-se, afinal, uma fábula. Se temos uma idéia da realidade, esta, na nossa condição de existência tardo-moderna, não pode ser entendida como um dado objetivo que se situe a um nível inferior, para lá das **imagens** que nos dão os *media*. Como e onde poderemos atingir uma realidade em si? **Realidade, para nós, é o resultado do encadeado de relações da “contaminação”** (no sentido latino) das múltiplas imagens, interpretações, reconstruções que, em concorrência entre si, ou de algum modo sem qualquer coordenação “central”, os media distribuem (*ibidem*, 15).

Ao referir, no entanto, a possibilidade de uma realidade imaculada (ou ‘metafísica’) possivelmente anterior ao advento da ‘sociedade da comunicação’, Vattimo vai utilizar a idéia de ‘fantasmagoria’, antes referida aqui (pág. 125) para considerar como, então, se poderia caracterizar o que resultaria desta realidade criada por contaminações:

se com a multiplicação das imagens do mundo perdemos o “sentido da realidade”, como se diz, talvez não seja, afinal, grande perda. Pela sua perversa lógica interna, o mundo dos objetos mensuráveis e manipuláveis da ciência-técnica (**o mundo do real, segundo a metafísica**) tornou-se **um mundo de mercadorias, de imagens, o fantasmagórico mundo dos *mass media*** (*ibidem*, 16).

Coerente a sua defesa, todavia, como visto no trecho anterior, da desnecessariedade de uma fidelidade a uma possível realidade única a qual não faria sentido permanecer referindo quando “a intensificação das possibilidades de informação” sobre ela “nos seus mais variados aspectos” tornaria “cada vez menos concebível a própria idéia de uma realidade”, Vattimo vai perguntar se se deveria “contrapor a este mundo [o da ‘liberdade de informação ou o da ‘fantasmagoria dos mass media’, não fica claro] a nostalgia de uma realidade sólida, unitária, estável e ‘com legitimidade’”. Ainda que uma alternativa de resposta seja, segundo o próprio autor, a de que “tal nostalgia corre o risco de se transformar continuamente num comportamento neurótico, num esforço de reconstrução do mundo da nossa infância, no qual as autoridades familiares eram, ao mesmo tempo, ameaçadoras e reconfortantes” (*ibidem*), se poderia imaginar não ser exatamente um sentimento de ‘saudade de algo que já se foi’ o que

se estaria a contrapor a esta realidade criada a partir de ‘contaminações’; mas a reivindicação daquilo que exatamente (ou supostamente) é proposto que seja a função da operação destas imagens, que viria a ser justamente a representação fidedigna da realidade pela qual o campo da mídia, e as imagens veiculadas nele (como meio *para* comunicação a estabelecer uma relação de mediação que funda um processo de comunicação – como estabelecido basicamente aqui), constituiriam – aí sim – a sua ‘legitimidade’ (funcional, na sociedade). Ou Eco estaria bastante enganado quando assume (citado à pág. 121) o que demais autores deixam implícito: que o que se espera (seja espera ingênua ou de senso comum) do campo midiático, através das imagens (especulares) que operam, é (que digam, ou *mostrem*, ou representem, ou reproduzam, ou *autentifiquem*) a ‘verdade’ (ou aquilo ‘que foi (é)’ verdade).

Idéia de ‘verdade’ que voltaria a ser referida por Barthes quando sentencia que “[a fotografia] pode mentir quanto ao sentido da coisa, na medida em que por natureza é tendenciosa, jamais quanto a sua [da coisa] existência” (1984:129). Numa afirmação que resolve sem custo o mais evidente grau de obviedade da impossibilidade da imagem especular reproduzir ‘tal e qual’ o referente – o do inseparável ‘ponto de vista’ de quem a produz –, o autor retomaria, com certo peso, por essa concepção da ‘mentira quanto ao sentido’ (da coisa que refere), aquilo que se tentou acusar em diversos momentos deste trabalho: uma preponderância do ‘*como*’ sobre o ‘*o que*’ é expressado através de uma imagem especular que se torna ‘comunicacional’ (midiática). Isto é, retomando idéias como as de Fausto Neto quando fala de uma “prevalência da forma sobre o conteúdo” (pág. 72), e de Giddens, quando chama a atenção a uma “postura dos operadores de um sistema (abstrato)” (pág. 79), entendidas, ambas, lá, como precisamente o ‘modo’ (ou o ‘*como*’) tal conteúdo é representado – ‘modo’ este, agora, não pensado simplesmente como um ‘tipo’, (tal ‘imagético’, ou ‘sonoro’, ou ‘pictórico’, ou ‘cinematográfico’); mas ‘modo’ como uma ‘maneira’, que, ao ser deliberadamente (e não (só) inerentemente) empregado, teria como principal objetivo o alcance de determinado fim.

Se se volta a uma concepção preliminar de Barthes, talvez seja possível acompanhar, no início do raciocínio sobre o nascedouro do paradoxo, o lugar essencial que este ‘modo’ (de conotar o que se simplesmente denotaria) ocupa, quando o autor aponta, de forma incipiente ainda, a separação (e/ou a junção, ou vice-versa) da natural ação de denotar de uma imagem especular e a sua inseparável ação de conotar, ao dizer que “mensagens sem código” [que é como caracteriza a fotografia]

são precisamente todas as reproduções analógicas da realidade: desenhos, pinturas, cinema, teatro. Mas, na verdade, cada uma dessas mensagens desenvolve, de maneira imediata e evidente, além do próprio conteúdo analógico (cena, objeto, paisagem), uma mensagem suplementar, que é o que comumente se chama o *estilo* da representação; trata-se de um sentido segundo, cujo significante é um certo **tratamento** da imagem sob a ação de seu criador (1982:13)

‘Estilo’, ou ‘tratamento’ que poderia se identificar, justamente, como as recém referidas concepções de ‘prevalência da forma’ (Fausto Neto), que, compreendida como uma ‘postura’ (Giddens), resultaria nesta advogada preponderância do ‘*como*’ sobre o ‘*o que*’. Isto é, o conteúdo de uma imagem midiática sendo muito mais a (verdade da) sua enunciação do que (a verdade de) o seu referente – indo ao alcance, neste sentido, do determinado fim recém mencionado, que seria um objetivo deliberado da ação de ‘conotar’ o referente (quando, pela possibilidade especular da imagem – e sua função, em razão disso – esperar-se-ia que ela ‘apenas’ o denotasse): reforçar a sua [de quem se vale da imagem como um meio *para* comunicação] posição enunciativa. O que seria feito (dissimuladamente – este talvez seja o ponto) através justamente deste ‘estilo’, ou ‘tratamento’, que seriam uma ação de ‘conotação’, que, constituída numa postura de dar prevalência à forma da expressão em relação ao conteúdo original que ‘deveria’ reproduzir fidedignamente, este ato, ao ir além da interferência natural de toda a representação no que refere (no que ‘está por’), mas ser uma ação deliberada de se valer da condição especular para validar o poder de enunciação (poder que não seria fornecido pela enunciação em si, mas justamente pelo seu caráter especular – o que é ‘aproveitado’, então, e não efetuado), se instalaria no dilema (ou no próprio paradoxo, mas aí já conscientemente fabricado) das imagens técnicas (midiáticas): é preciso acreditar, mas é necessário duvidar – acreditar que *aquilo foi* (pois o poder autenticador não se discutiria), mas duvidar que foi do *modo* como está sendo *mostrado*.

Barthes, deixando mais clara ainda a condição dual da representação que visa o mimetismo, diria que “essa dualidade de mensagens” já seria “evidente em todas as reproduções não fotográficas” (no que lembraria a diferenciação que Flusser fizera entre imagens ‘técnicas’ e ‘tradicionais’ – pág. 99), pois “não há desenho, por mais ‘exato’ que seja, cuja exatidão não represente, ela própria, um estilo (‘verista’); não há cena filmada cuja objetividade não seja lida como o próprio signo da objetividade” (1982:13). Mas, no caso da imagem que se torna midiática pelo seu poder especular, *porém*, se poderia dizer que é justamente quando a denotatividade fosse mesmo lida (percebida) como o signo da denotatividade é que a conotatividade se instauraria sem pedágio. Ou seja, que a confiança no poder analógico da imagem especular (credibilidade que ela inspira, mesmo que em relação

ao senso comum, como já visto) faria *preferir* o efeito de real que ela emana, e embotar o poder da enunciação (do que quer que esteja sendo enunciado – o trunfo do enunciador midiático!) que está sendo reforçado no exato instante em que expressa uma denotação (que então seria falsa, ou contaminada, ou impossível) que co-constrói a realidade referida, em prol efetivamente da manutenção de seu poder de referi-la (que então já se poderia dizer pseudo-especularmente). Este poder de enunciar (expressar com a possibilidade da especularidade, dada através da imagem), então, seria o que efetivamente se tornaria real.

‘Modo’, entendido como ‘postura’ de fazer prevalecer a forma (sobre o conteúdo) confirmando e mantendo o poder de enunciar mais do que o poder de autenticar o referente (que o campo da mídia operaria principalmente através da imagem, segue sendo a aposta, dadas as características/possibilidades ‘exclusivas’ da imagem para tal, como já apontadas) que seria entendido, aqui, portanto, como uma das maneiras que faria andar (instalar-se) aquilo que se denominou de processo de ‘mídiação’. Processo, este, pois, pelo qual se daria uma co-construção da realidade através da adição de algo a mais ao conteúdo original (ou da subtração de algo dele) quando um ‘modo midiático’ de representá-lo ‘deveria’ fazê-lo (ou seria esperado que o fizesse) o mais fidedignamente possível, se vale deste conteúdo cuja transmissão é o que lhe fornece legitimidade funcional para, por um poder que lhe seria conferido pela possibilidade da transmissão especular que ninguém mais tem, manipular esta sua condição e fazer com que o poder confirmado fosse o da sua posição de enunciador, e não o da característica (especular) da sua enunciação (que mais que naturalmente, deliberada e dissimuladamente já não é mais apenas especular).

Flusser teria menos trabalho, e mais clareza, para afirmar resumidamente o exposto acima: “a aparente objetividade das imagens técnicas é ilusória, pois na realidade são tão simbólicas quanto o são todas as imagens. [...] O que vemos ao contemplar as imagens técnicas não é ‘o mundo’, mas determinados conceitos relativos ao mundo” (2002:14, 15). Do mesmo modo que Barthes, quando falava da impossibilidade de um ‘estado puro’ da reprodução imagética, já utilizara o termo simbólico ao dizer que “... nunca se encontra (pelo menos em publicidade) uma imagem literal em estado puro; mesmo que conseguíssemos elaborar uma imagem inteiramente “ingênua”, a ela se incorporaria, imediatamente, o signo da ingenuidade e a ela se acrescentaria uma terceira mensagem, simbólica” (1982:13). A interpretação que se aposta sobre o que possa estar sendo dito (denunciado) por Tarkovski, pontualmente, seria essa: de que assim é (impossibilidade de estado puro) para todas as imagens, sem salvação nem às produzidas com a mais alta técnica especular do seu tempo: pintura renascentista, e cinema; exatamente das quais promove um encontro, no início de seu

longa-metragem, ao filmar, através do cinema, uma pintura, de uma forma (maneira) que, além desta suposta denúncia, seria, como se vai querer demonstrar, concomitante e simultaneamente, um elogio desta própria condição da imagem.

#### 4.2.2 A denúncia é um elogio

*“Eu prefiro me expressar metaforicamente. Deixe-me salientar: metaforicamente, e não simbolicamente. Um símbolo contém em si um significado definitivo, uma espécie de fórmula intelectual, enquanto que a metáfora é uma imagem, e a imagem é infinita”.*<sup>71</sup>

Andrei Tarkovski

A denúncia que se enxerga no caso escolhido, portanto, no ato do cineasta promover um encontro entre uma imagem cinematográfica com uma pictórica, é apresentada dentro do molde antes indicado: determinada aplicação de um ‘método indiciário’ em que se ‘selecionaria e organizaria indícios para fazer inferências’, ao invés de ‘colhê-los e *descrevê-los*’ indiscriminadamente. Isto quer dizer que naturalmente uma série de observações também possíveis sobre o caso fica(ria) de lado, em prol das que forem consideradas concernentes ao que se quereria induzir que o caso esteja remetendo, que viria a ser: a impossibilidade de representação ‘tal e qual’ do referente por mais especular que a imagem para isso seja, ao mesmo tempo em que, nele mesmo, caso, estaria sendo feito um elogio da imagem justamente neste seu caráter (paradoxal). A tentativa de apresentação dos indícios que se julga pertinentes a isto, bem como o esforço para relacionar as considerações daí com o que foi exposto até agora é o que se empreende para amainar o incorrigível traço de glosa que sobra à análise do caso, derivado do lugar onde ele acabou sendo colocado dentro do trabalho.

Neste sentido, então, de aproximar indicialidades de uma e de outra modalidade (cinematográfica e pictórica) de um modo de expressão – modo de expressão que é o através da imagem –, para se apontar, aí, os indícios do que o encontro promovido poderia estar dizendo sobre, enfim, o que se colocou como propósito deste trabalho investigar – um possível predomínio da imagem como meio *para* comunicação na função de referir dada realidade dentro do modo contemporâneo de organização social – se lembraria, para partida da análise, as idéias de Santaella e Machado em relação à proximidade de produção e função

<sup>71</sup> Disponível em: <http://www.nostalghia.com>



da pintura renascentista com a fotografia<sup>72</sup> (citadas aqui à pág. 103). Enquanto a primeira autora mencionava que “a câmera obscura já era utilizada há séculos para se reproduzir a pintura” (2007:20), o segundo realçava a *‘identidade originária de natureza funcional entre o pictórico e o fotográfico* ao afirmar que “a fotografia é filha legítima da iconografia renascentista”, o que não seria apenas “do ponto de vista técnico (câmara obscura, perspectiva monocular, e objetivas), mas **sobretudo** porque sua principal **função** [...] será a de dar continuidade ao modelo de imagem construído no Renascimento [...] marcado pela **objetividade**, pela **reprodução mimética do visível**” (1997:227).

A partir do que se considera, nesta direção, determinada identidade de natureza, função, e objetivo das duas modalidades do modo de representação/expressão imagético que compõe o encontro de imagens escolhido, se poderia elaborar um caminho para ‘ligá-los’, e tentar começar a vislumbrar quais indícios de seu encontro, entre outros pertinentes a outras leituras, poderiam estar dizendo respeito ao que foi apresentado aqui sobre este tipo de imagem [especular] e sua função [comunicacional-midiática]. Assim, num *primeiro* momento, se colheria alguns indícios básicos deste tipo de pintura, a renascentista, e em seguida da pintura de Leonardo e especificamente sobre a ‘A adoração...’. Num *segundo* momento, as considerações de Tarkovski sobre imagem e sobre da Vinci, e uma rápida consideração, para o que interessa (a fim de se poder fazer as inferências que se pensa pertinentes sobre o caso em relação ao colocado sobre o uso dessas imagens, até o momento) sobre cinema, para *finalmente* se aventurar a interpretar o que Tarkovski poderia estar querendo dizer (em relação às possibilidades da imagem) ao se valer da imagem de da Vinci para promover um encontro de duas expressões imagéticas de uma mesma natureza de objetivo e possibilidade. Ao se promover, em seguida, algumas considerações sobre o próprio filme (que são rigorosamente a glosa, ou a crítica, ainda que baseada nas considerações do próprio Tarkovski, sobre o filme), o tentado seria corroborar, através do próprio pensamento de Tarkovski, tal interpretação do que o encontro estaria dizendo.

No caso da pintura da Renascença, portanto, Francastel, por exemplo, ao se referir à produção de imagens no Quattrocento, vai lembrar duas invenções (ou descobertas) atribuídas

---

<sup>72</sup> É claro que uma proximidade não só da pintura com a fotografia deveria ser feita, mas especialmente do cinema com ela, já que, em primeira e mais evidente análise, o encontro promovido é de uma imagem cinematográfica com uma pictórica, e não de uma fotográfica. Proximidade que momentaneamente não averiguada pelo trabalho é certamente uma falta, a qual, no entanto, imagina-se, poderia não ser sobremaneira comprometedora na medida em que, para os termos (mais ou menos ‘gerais’ que o trabalho vem tratando a imagem no enfoque que tem na sua possibilidade de especularidade a tônica e a operacionalidade do interesse sobre essas imagens) se poderia conjecturar, sem muita perda no caminho do argumento, que a fotografia seja mesmo, em termos da possibilidade de especularidade da imagem, principalmente, uma natureza, sob determinado aspecto, essencial (básica) do cinema.

à época do Renascimento que transformavam a expressão pictórica na mais perfeita técnica de reprodução da realidade: a pintura a óleo e a perspectiva (1987:150). Falabella, como resumidamente fizera em relação aos demais períodos artísticos no que dizia respeito a um seu objetivo da produção de uma expressão que procurasse fidedignidade na imitação do referente (citados aqui à pág. 95), salienta que no período renascentista

os problemas da representação convincente voltam a apaixonar os artistas, os laços da obra de arte com o que existe fora dela tornam a estreitar-se, e a seu serviço estão a perspectiva, o modelado, o claro-escuro, o estudo da anatomia e das proporções da figura humana e dos animais. A procura das aparências do mundo é feita, assim, de maneira racional, e a busca de regras abstratas da beleza, ao invés de impedir, contribui para a **impressão de que o artista conseguiu captar uma fatia da realidade** (1987:21, 22).

A autora, neste caminho, vai ilustrar, então, as características que apresenta invocando afirmações de um dos comentadores mais célebres à época de Leonardo, e do próprio artista. Sobre a Mona Lisa, por exemplo, Vasari resumiria no seu comentário traço fundamental da arte pictórica da época, ao afirmar que “tudo nele aparece como se víssemos a realidade. Não se parece com uma pintura, mas com a carne viva. O pulso parece bater, e a boca, cujo sorriso se tornou proverbial, que segredo guarda? Simplesmente este: não parece pintura, mas a própria carne”<sup>73</sup> (*ibidem*, 22). Comentário que corroboraria as intenções do artista, quando é possível constatar, nas palavras do próprio Leonardo, que “a mente do pintor deve ser como um espelho que sempre toma a cor da coisa que reflete e que está cheia com tantas imagens quanto as coisas postas diante dele”, pois, manifestamente, para o artista, “não podereis ser um bom mestre a menos que tenhais a capacidade universal de representar em vossa arte todas as variedades de formas que a natureza produz”<sup>74</sup> (*ibidem*, 21).

Em análise da ‘Adoração dos Magos’<sup>75</sup>, propriamente, Ângelo Guido vai lembrar que se valendo do espírito crítico que não deixava nada advindo do mundo pelos sentidos escapar ao exame científico da mente, Leonardo pretendia alcançar o milagre metafísico da criação através da perfeição física de sua representação pictórica. Segundo o autor, “vemos a tentativa de transmitir o que para o seu espírito era o mistério de vida, de interior iluminação, de beleza

<sup>73</sup> Vasari, G. *Le Opere – Vol. I*. In Etienne Gilson. **Peinture ET réalité**. Paris: Librairie Philosophie J. Vrin, 1958.

<sup>74</sup> Da Vinci, Leonardo. **Traité de la peinture**. Paris: Librairie Delegrave, 1925, p. 22.

<sup>75</sup> A ‘Adoração dos Magos’, produzida em 1481-1482, teria sido a primeira encomenda importante de pintura de Leonardo da Vinci. Um ano mais tarde, o artista abandonaria sua cidade natal, Florença, deixando a obra inacabada. “Foi-lhe pedido para pintar um grande painel com a cena *A Adoração dos Magos* para o grande altar de San Donato em Scopeto, a igreja ligada a um mosteiro Augustino fora das portas da cidade”, informa Zöllner (2000:24), mas o artista, inquieto, partira sem terminar o óleo em madeira, rumo a Milão. Controversas versões dão conta de que retoques finais, e mais grosseiros, foram dados posteriormente, o que poderia ser observado nos detalhes dos dedos de pés e mãos das figuras principais da obra, por exemplo.

e de graça dessa luz que, iluminando o mundo, também ilumina o nosso intelecto e leva calor de sangue e sentimento ao nosso coração”; idéia que faria o crítico concluir como resultado deste ímpeto do artista a descrição de que “com assombro, ele [Leonardo] a entrevira, essa luz, quando pintou a *Adoração dos Magos*” (1969:108). De maneira tal que, se para Hauser, por exemplo, “a verdadeira mudança suscitada pela Renascença é que o simbolismo metafísico perde vigor, e que o objetivo do artista está limitado, de modo cada vez mais decidido e consciente, à representação do mundo empírico” (2003:275), na visão de Guido, o que Leonardo, ainda que inconscientemente na época da ‘Adoração...’, buscava era a representação verdadeira da Luz que transformou o Verbo em Filho do Homem. Todavia, representação desta Luz através de uma expressão pictórica que, então, justamente por buscar esta reprodução de uma verdade ideal, na (re)produção de uma cena fantástica (modelar, idealizada), empregava todo seu esforço (e poder) de verossimilhança – que é a marca primordial da sua pintura e do período artístico que viveu –, ou não faria um crítico como Vasari afirmar que via os traços pintados pelo artista como se visse a realidade.

‘Impressão de verdade’ que é por onde Tarkovski vai caracterizar a imagem, ao dizer que “quando o pensamento é expressado numa imagem artística, isso significa que se encontrou uma forma exata para ele, a forma que mais se aproxima da expressão do mundo do autor, capaz de concretizar o seu anseio pelo ideal” (2002:122). O que ficaria precisamente mais manifesto quando sentença que

a imagem é uma impressão de verdade, um vislumbre da verdade que nos é permitido em nossa cegueira. A imagem concretizada será fiel quando suas articulações forem nitidamente a expressão da verdade, quando a tornarem única e singular – como a própria vida é, até mesmo em suas manifestações mais simples (*ibidem*, 123).

É claro que a esta altura, já dentro de considerações de caráter artístico, como as referentes a da Vinci, e como estas do próprio Tarkovski, o caráter de ‘verdade’ em relação à imagem já é outro, tal está explícito na primeira citação do cineasta quando ao lado da palavra ‘imagem’ está a sua especificação; ‘artística’. Se isso retira imediatamente deste tipo (‘artístico’) de imagem determinada ‘carga’, ou ‘expectativa’ de fidedignidade ‘total’ ou ‘isenta’ (Flusser já dissera que a imagem ‘tradicional’ é deliberadamente ‘simbólica’ – pág. 99) como se ‘esperaria’ da imagem comunicacional-midiática-especular (já que o campo – da mídia, no qual tais imagens operam – tem legitimidade exatamente numa função com este caráter; ‘janelas’ como Flusser afirma na mesma citação), em termos de objetivo da expressão, a identidade permanece: ambos [os tipos de imagens] procuram uma expressão

mimética do que referem. Por isso, ora, que Tarkovski também não vai se isentar de falar do ‘paradoxo’ da imagem, e começar dizendo que

quando o espectador ignora as razões que levaram o diretor a valer-se de um determinado procedimento, ele tende a **crer** na realidade do que está acontecendo na tela, a crer na vida que está sendo observada pelo artista. Mas se o público, como se costuma dizer, ‘pega’ o diretor e descobre porque este recorreu a certos truques ‘expressivos’, ele não mais conseguirá identificar-se com o que está acontecendo, não se deixará emocionar, e começará a *julgar* os objetivos e a execução do **truque** (*ibidem*, 131).

De onde se aventuraria inferir que, relacionado com o que foi trabalhado anteriormente, este ‘truque’ (‘truques expressivos’, bem como está dizendo Tarkovski) poderia ser entendido como o uso para proveito próprio que o campo da mídia (dentro do qual uma das extremidades de uma relação de comunicação expressa algo através de um meio eletro-tecnológico) faz do poder que ‘ganha’ por ter a possibilidade de enunciar especularmente as representações que produz (de discursos e fatos que não são da sua natureza construir). Truque (que se poderia entender como uma prevalência no ‘modo’ na expressão, como recém referido acima – pág. 72), então, que fariam o possível, estes enunciadores (que operam ‘comunicacionalmente’ – e não artisticamente – estas imagens), para que sobretudo não fosse notado<sup>76</sup>, apostando fortemente no ‘efeito de real’, que esconderia a conotação que reforça a sua posição enunciativa através justamente daquilo que deforma (desapercebidamente) para este reforço; a especularidade pela qual se torna crível e confiável.

Pois seria difícil negar que seu nascedouro, de uma ‘função’ ‘objetiva’ (crível, confiável) às imagens com a possibilidade de especularidade/efeito de real, tenha se forjado sob esta expectativa (como já repetidamente se lembrou aqui as referências de Eco e Bourdieu sobre isto): de (finalmente) ‘verdade’ na reprodução de uma referente. Especificamente no caso do cinema – que seria justamente o caso, agora, referir – estaria explícito este fim no breve resumo histórico feito por Bernadet quando, como que para justificar uma frase de Godard por ele mesmo citada – “A fotografia é verdade. O cinema é verdade 24 vezes por segundo” – invoca um momento pouco anterior ao cinema, demonstrando o contexto em que

<sup>76</sup> É claro que, como recém disse Tarkovski, quem opera artisticamente estas imagens também faz de tudo para o que o truque não seja desvendado; porém, se poderia entender que o motivo fosse relativamente diferente, já que a arte (como é o caso do cinema de Tarkovski) não necessitaria, através disto (desse truque), reforçar uma sua posição (muito menos de enunciativa), visto que seus propósitos, enquanto arte, seriam outros, entre eles o de fazer crer na sua verdade deliberadamente (e talvez necessariamente) entendida como fábula – rigorosamente ao contrário da necessidade do enunciador que opera estas imagens especulares ‘comunicacionalmente’ (midiaticamente). O próprio Tarkovski é peremptório – quando nem precisaria ser, já que um filme, de ficção é invariavelmente assistido sob esta evidência –: “‘O Sacrifício’ é uma fábula”.

a possibilidade de reprodução da realidade o mais ‘fielmente’ possível era socialmente aguardado.

É bastante simples provar que a burguesia sempre procurou elaborar uma estética que apresentasse as obras como expressão do real. Uma prova entre mil outras possíveis são as publicidades de divertimentos populares que Vicente de Paula Araújo levantou nos jornais do Rio numa época anterior ao cinema. Em alguns parques de diversões, apresentavam-se pinturas circulares de 180° ou 360°, os chamados panoramas. De um deles, representando a “Entrada da Esquadra”, dizia a publicidade: “O efeito extraordinário dessa pintura produz no espectador a mesma impressão da realidade, como se o observador estivesse no lugar verdadeiro”. De outro sobre a “Descoberta do Brasil”: “oferece ao visitante a sensação igual à que poderia ter observando o fato verdadeiro”. A respeito de uma fotografia exposta publicamente mostrando o Mosteiro de São Bento: “reproduzido com tal fidelidade, precisão e minuciosidade que bem se via que a coisa tinha sido feita pela própria mão da natureza e quase sem intervenção do artista”. Estas frases indicam **claramente o quanto se ansiava por espetáculos que pudessem ser oferecidos como reprodução do real, e o cinema veio a calhar para se encaixar nesta linha e para reforçá-la** (1985:21).

Especificamente no caso do cinema, seu ofício, é que Tarkovski vai então descrever o paradoxo, e dele fazer um elogio à imagem, justamente por estar nesta condição [contraditória].

Estamos diante de um paradoxo: a imagem constitui a mais plena expressão do que é típico, e quanto mais plenamente ela o expressar tanto mais individual e única se tornará. **Que coisa extraordinária é a imagem!** Em certo sentido, ela é muito mais rica do que a própria vida, e talvez assim seja exatamente por expressar a idéia da verdade absoluta (2002:131)<sup>77</sup>.

Sendo esta ‘coisa extraordinária’ (que talvez só a seja por encarnar plenamente este paradoxo), o cineasta ainda vai dizer que não se trata, a imagem, de “certo significado expressado pelo diretor, mas um mundo inteiro refletido como que numa gota d’água” (*ibidem*, 130), ou seja, que “ela não designa nem simboliza a vida, mas a corporifica, exprimindo-lhe o caráter único” (*ibidem*, 131).

‘Expressão de verdade absoluta’ e de ‘caráter único da vida’ que é como Tarkovski vai especialmente caracterizar a obra de da Vinci, quando deixa concluir ela ser o resultado da

<sup>77</sup> O cineasta explica em pormenor o paradoxo, dizendo tratar-se daquilo “que há de único numa imagem artística torna-se misteriosamente típico, pois, por mais estranho que pareça, o típico está em correlação direta com o que é individual, idiossincrático, diferente de tudo o mais. O típico não se manifesta quando registramos a semelhança dos fenômenos e aquilo que eles têm de comum (como se costuma acreditar), mas, sim, onde se percebe seu caráter distintivo. Poder-se-ia dizer que o geral ressalta o particular, depois se retrai e fica fora dos limites da reprodução visível. Pressupõe-se simplesmente que o geral é a subestrutura do fenômeno único” (2002:131). Idéia, talvez, que lhe fizera confessar anteriormente ser “difícil que um conceito de imagem artística possa ser expresso através de uma tese precisa, fácil de formular e de compreender” (*ibidem*, 122).

extraordinária capacidade de “examinar o objeto de fora, do exterior, com um olhar que paira por cima do mundo” (*ibidem*, 127) que o pintor florentino teria (talvez, se pudesse inferir, como o ‘olhar’ possibilitado por uma câmera cinematográfica – fazendo uma possível identificação de propósitos entre a pintura renascentista, ou a de Leonardo, e o cinema).

No momento em que Andrei Tarkovski deixa, então, sua câmera fixa por mais de quatro minutos filmando uma parte da pintura *A Adoração dos magos*, de Leonardo da Vinci, e coloca a seqüência de fotogramas sem movimento daí resultante como abertura de seu filme *O Sacrifício* (de 0’23’’ até 4’30’’; a partir daí até 5’24’’ a câmera faz um travelling vertical em linha reta sobre a tela para então chegar ao limite superior do quadro, e cortar para a primeira cena externo do filme), parece estar apontando para questões como estas [do que é possível ou não uma imagem especular expressar].

Ao colocar parte de uma obra de Leonardo na abertura de um filme de longa-metragem, um dos indícios, ao menos em primeira instância e baseado no que foi recém citado, que se poderia depreender é que o diretor soviético talvez estivesse procurando associar o que caracteriza na imagem como uma função de ‘expressar um mundo inteiro em uma gota d’água’, com a característica que confere a da Vinci de poder ‘enxergar esta totalidade do mundo de fora dele’. Se a imagem corporifica e exprime a unicidade da vida (e/ou a objetividade daquilo que refere), Tarkovski faria isso duas vezes ao filmar da Vinci: uma pelo seu modo de representação imagético que é a imagem resultante da ação de sua câmera: o cinema (caracterizado como um ‘espetáculo que pode oferecer uma reprodução do real’, conforme Bernadet, recém citado à pág. 146), e a outra pelo modo de representação imagético que *mostra* através da sua imagem cinematográfica: aquele composto pelos traços não mecânicos de um ‘agente humano’ (“que elabora símbolos ‘em sua cabeça’, transfere-os para a mão munida de pincel, e de lá, para a superfície da imagem”, conforme Flusser, citado à pág. 99): a pintura, não por acaso, de da Vinci. Ao fazer isso [a promoção destas potencialidades da imagem] a partir do cinema, então, é que se poderia aventar (ou inventar) que Tarkovski pudesse estar promovendo, aí, o tal encômio às duas modalidades extremas (em relação ao objetivo, e às possibilidades, guardadas suas épocas, de especularidade: o cinema e a pintura renascentista) do modo de representação imagético.

Mas não o estaria fazendo apenas por filmar (com todo o poder que sabe o cinema ter) uma pintura de Leonardo (com todo o poder que sabe a obra e o nome do artista ter): o elogio estaria precisamente no modo como Tarkovski justamente refere (usa, trabalha) estas duas modalidades do modo de representação imagético. Quando corta o quadro pintado por da Vinci e coloca os créditos sobre os fotogramas que representam a parte escolhida da pintura

(figura 2, à pág. 129), estaria ‘obedecendo’ (no sentido de utilizar) às possibilidades técnicas que o cinema oferece (a delimitação do campo, por exemplo, e a sobreposição de letreiros); mas ao permanecer mais de quatro minutos com a lente parada sobre o mesmo objeto – que não por acaso é um quadro de um ícone da pintura – ‘desobedeceria’ (ou simplesmente não utilizaria) às possibilidades de promover a idéia de movimento que a apresentação de fotogramas em seqüência (cinética) permite. Ao não se valer desta possibilidade técnica mecânica que caracteriza essencialmente o cinema, é que o cineasta, através dele – cinema –, vai referir explicitamente (ao mesmo tempo em que presta reverência a) a pintura (pois é ela o objeto deste modo de usar paradoxalmente o cinema – e aí o efeito, e a causa, de se considerar tal encontro um ‘recado’ sobre a utilização e as (im)possibilidades deste tipo de imagem).

O que deixa o ato [de estar chamando a atenção à ‘coisa extraordinária’ que é a imagem exatamente na sua condição paradoxal] mais evidente, então, seria, além de estar de certa forma ‘sacrificando’ o cinema (caso se aceitar entender que uma câmera parada num único motivo por mais de quatro minutos possa ser um sacrifício cinematográfico), ‘sacrificando’ também, ao mesmo tempo, a própria pintura, no explícito corte, através do enquadramento da imagem cinematográfica que incide sobre a tela do pintor. Assim, a um só tempo, Tarkovski poderia estar conseguindo mostrar que o cinema, de forma idêntica à pintura (especificamente a renascentista) seria o mais alto grau (cada um a sua era) de uma expressão especular através da imagem *e, por isso* (por esta exata condição), rigorosamente, teria as mesmas impossibilidades de se constituir numa reprodução perfeita e exata e completa do que refere (como desde sempre se soube, e a despeito de todo o poder de efeito de real ‘esperado’ dele). Sagrando-se, de tal forma, ambas as modalidades de produção de imagem especular num extraordinário paradoxo, cuja marca que lhe conferiria o elogio seria a de apesar de ser incapaz de levar a cabo aquilo que busca obstinadamente, ser ao mesmo tempo uma verdade inalienável, dependente e independente daquilo que representa.

#### 4.2.2.1 Glosa a ‘O Sacrifício’: acusação à fantasmagoria

Se colhidas algumas passagens em que Tarkovski fala sobre ‘O Sacrifício’, talvez se conseguisse antever indicativos (metafóricos, que dariam indícios, como subsídios) para interpretar motivos da possível postura entendida aqui que o diretor tivera tomado ao promover o encontro das imagens. Ao comentar que “durante todo o tempo” em que trabalhou

no roteiro do filme, esteve “preocupado com a idéia de equilíbrio, de sacrifício, de ato sacrificial” (2002:260), o cineasta abriria uma brecha para afirmar um dos assuntos mais congruentes sobre os quais usaria o cinema para falar:

parece que, atualmente, o indivíduo se encontra em uma encruzilhada, confrontado com a opção de uma existência fundamentada em um consumismo cego, sujeito ao **avanço inexorável da nova tecnologia** e à infinita multiplicação dos bens materiais, ou, então, de buscar um caminho que conduza à responsabilidade espiritual, um caminho que enfim, pode significar não apenas sua salvação pessoal, mas também a salvação da sociedade... [...] Ao resolvê-lo [o caminho a tomar], ele [este indivíduo] pode se aproximar do estado em que pode ser responsável pela sociedade. **Este é o passo que se transforma num sacrifício...** (*ibidem*, 261).

Quando apresenta o protagonista da história, Tarkovski voltar a acusar a tecnologia, ao descrever Alexander como “um ator que abandonou os palcos, [e] está perpetuamente esmagado pela depressão. Tudo enche-o de cansaço: as pressões da mudança, a discórdia da família, e sua percepção instintiva da **ameaça representada pelo progresso inexorável da tecnologia**” (*ibidem*, 268).

E então, num curto monólogo aos 19 minutos do filme, faz seu personagem defender um ponto de vista que é o seu próprio:

*Os progressos técnicos só nos deram conforto e instrumentos de violência para conservar o poder. Nós somos como selvagens. Usamos o microscópio como eles usam um pedaço de pau. Não, isso está errado. Os selvagens têm mais espiritualidade que nós. Nós transformamos cada progresso científico em algo a serviço do mal. Estamos em terrível desarmonia, desequilíbrio entre desenvolvimento material e espiritual. Há algo profundamente errado com a nossa cultura, ou melhor, com a nossa civilização. Talvez ache que deveríamos estudar o problema e tentar achar uma solução juntos. Poderia até ser, mas é tarde demais.* (Alexander, em ‘O Sacrifício’) <sup>78</sup>

Das posições destacadas acima do cineasta, duas estariam muito claras, e seriam exatamente as que poderiam ajudar a elucubrar a suspeita de seus motivos para estar dizendo o que aqui se entende que esteja ao ter propiciado o encontro das imagens. A primeira seria que quando acusa repetidamente o avanço (e o mau uso dele, como diz o protagonista) da tecnologia, Tarkovski daria a deixa para se entender que a denúncia das incapacidades de uma expressão imagética especular como o cinema não estaria sendo feita só a ele (só a este ‘tipo’ de expressão imagética especular que é o cinema), mas a todos os membros da ‘família das imagens’ que derivam desta natureza da possibilidade do efeito de real (como a foto e a

<sup>78</sup> Trecho apontado por Alegria, no capítulo em que analisa ‘a forma e ao discurso em Andrei Tarkovski’ tendo por objeto o filme ‘O Sacrifício’ (2007).



televisão), isto é, os tipos de imagens utilizados em profusão para um *ato de (se) expressar* dentro de determinada organização social (a partir, mas já não só, do campo da mídia). Ao fazer esta denúncia promovendo, da maneira que promove (deliberadamente de forma a deixar explícito o paradoxo que é a imagem), o encontro justamente do cinema com a imagem a que ele deve reverência que é a pictórica, o que se poderia inferir é que, *metaforicamente* (consciente ou inconscientemente não seria o que interessa) Tarkovski estaria dando um ‘recado’ (ou mesmo denunciando) a fantasmagoria em que resultou o (mau, ou seria o único possível, inevitável?) uso destas imagens (então produzidas eletro-tecnologicamente).

Ato este, de Tarkovski, que deixaria clara a segunda posição que se destaca das suas afirmações: a do sacrifício. Se a escolha do caminho que não sucumbe a este ‘avanço inexorável da tecnologia’ (que teria em consequência um seu mau uso, instalando ‘algo profundamente errado com nossa cultura e civilização’, segundo Alexander) é tomada, ‘este é o passo que se transforma num sacrifício’, segundo – e exatamente para – Tarkovski. Pois, extremado (aqui) a interpretação, se poderia dizer que a maneira como propicia o encontro das imagens sacrificaria, neste caso, tanto o cinema quanto o seu específico e necessário referente principal naquele momento: a pintura. Ao sacrificar o cinema mantendo-o estático, e a pintura, cortando-a, Tarkovski sabe, que ainda assim, justamente pelo poder especular e de permanência que têm estes tipos de imagens, o que está fazendo também é preservá-los e louvá-los um no outro. Fazendo isto, o que se pode julgar estar procurando o diretor é exatamente salvar a imagem, na denúncia da sua incapacidade e incompletude notória de uma representação que se esperaria (ainda que fosse/seja uma espera do senso comum) ela ter o poder de realizar. Na revelação de sua (talvez evidente) impotência – que é o que Tarkovski faz – estaria, como já dito, o seu elogio à imagem.

Sacrifício, enfim, operado pelo cineasta em prol, aí, não só de uma denúncia à impossibilidade da referência total da imagem que, se não acusada ‘em tempo’ (se for ‘tarde demais’, como menciona o protagonista Alexander) poderia se configurar como uma aceitação de um ‘mau uso’ (segundo Tarkovski, através de Alexander) da tecnologia (e talvez da possibilidade de usá-la para relações de comunicação a partir de um campo que ela, tecnologia, possibilita emergir) – que, então, relacionando ao advogado anteriormente, permitiria que se tomasse por fidedigna uma realidade co-construída (ou mesmo criada) pela enunciação através de uma imagem especular. Mas, mais do que uma acusação ao perigo da aceitação de uma fantasmagoria advinda de determinado uso destas imagens, a ação, invisível, improvável ou pouco representativa que fosse do cineasta, se encarada, então, como, além de um ‘recado’, um ‘alerta’, seria, conforme suas próprias palavras, um passo que poderia

‘significar não apenas uma salvação pessoal, mas também uma salvação da sociedade’. Pois caso se considerar ainda suas afirmações de que

o homem contemporâneo é incapaz de ansiar pelo inesperado, por acontecimentos anômalos que não correspondam à lógica ‘normal’; não está preparado nem para admitir a idéia de fenômenos não programados... [...] Neste sentido, ‘O Sacrifício’ é, entre outras coisas, um repúdio ao cinema comercial. Meu filme não pretende sustentar ou refutar idéias específicas ou defender este ou aquele modo de vida. O que eu quis foi propor questões e demonstrar problemas que vão diretamente ao núcleo das nossas vidas e, desse modo, levar o espectador de volta às fontes dormentes e ressequidas da nossa existência (*ibidem*, 274).

seria possível, deixando o que se poderia considerar (para estes fins) um possível exagero poético do artista Tarkovski de lado, enxergar que o que o cineasta quis propor, ao englobar na aqui defendida denúncia tal despreparo identificado no homem contemporâneo para algo fora de uma perspectiva ‘normal’, foi uma sua [do homem] provável inabilidade para viver (encarar, dar-se conta) de algo fora de uma realidade já normalmente construída por um modo de discurso convencional de *expressar* aquilo que também passa a convencionalmente ser *percebido* (aqui, no sentido também de ‘entendido’). Isto é, a inaptidão do indivíduo para algo que já não tenha padronizado uma relação de comunicação a partir de um modelo de enunciação (expressão) com determinados fins (a manutenção de seu poder de enunciação), que passaria a ‘dar a tônica’ das relações de comunicação (o que caracterizaria possivelmente uma idéia no caminho do que foi citado como ‘mídiatização como processo interacional de referência’). Neste sentido, como diz Tarkovski, se poderia considerar seu filme, que não por acaso começaria com a tal cena do encontro de imagens, não só um ‘repúdio’ contra o ‘cinema comercial’, mas um brado de repulsa contra uma tal (possível) construção/criação de uma realidade ‘que oferecesse padrões’ justamente através (de um uso – que se estaria entendendo como majoritário, se não nem se apostaria nesta interpretação sobre a denúncia e o elogio de Tarkovski em relação a ela) da imagem (como meio, eletro-tecnológico, *para* comunicação). Talvez por isso, o diretor viesse a afirmar que “estamos sendo sufocados por uma avalanche de informações”, mas deixasse espaço para uma esperança que nunca abandona ao advertir que “contudo, ao mesmo tempo, nossos sentimentos permanecem intocados pelas mensagens de suprema importância que poderiam mudar nossas vidas” (*ibidem*).

No fim, resumiria numa pergunta suas considerações, e numa resposta deixaria oferecida uma alternativa (que ao final parece seguir).

Será que o homem tem alguma esperança de sobrevivência diante dos claros sinais de silêncio apocalíptico iminente? Talvez uma resposta para essa pergunta deva ser encontrada na lenda da árvore ressequida, desprovida da água da vida, na qual baseei esse filme que tem tamanha importância em minha biografia artística: o Monge, passo após passo e balde após balde, sobe a colina para regar a árvore seca, acreditando implicitamente que seu ato era necessário e em nenhum momento duvidando de sua crença (*ibidem*, 275).

Após os mais de cinco minutos iniciais em que a câmera fica fixa na pintura, a percorre até o limite e corta para a primeira cena externa, o protagonista Alexander inicia uma tomada em plano-seqüência que vai durar mais de 15 minutos, durante os quais, entre outras coisas, conta esta lenda a seu filho, enquanto ambos, no começo do plano, estão em volta de uma árvore seca – uma das figuras mais utilizadas para referir o filme (em cartazes e capas de dvd's, por exemplo). Alegria (2007) descreve assim a passagem da primeira para a segunda cena em 'O Sacrifício':

Tarkovski inicia seu filme com um detalhe do segundo dos Reis Magos fazendo uma oferenda ao menino Jesus. Atrás de Maria e Jesus há a “Árvore da Vida”, a câmera sobe por ela e entra no filme, na árvore da vida criada por Tarkovski, representando a fé e a devoção absoluta a algo em que se crê, ou seja, o sacrifício.<sup>79</sup>

Crença do diretor na lenda, que justificaria o porquê da sua câmera parada.

---

<sup>79</sup> Quanto a 'Adoração...', de Leonardo, a autora diz que “ao fundo vemos homens montados em cavalos, lutando em uma batalha. Esta batalha representa o fim, a queda do mundo pagão como consequência do nascimento de Jesus. Em outras palavras, a renovação de um mundo, a renovação da vida, da fé”, dando mais alguns indícios dos motivos do diretor ter escolhido tal obra para promover um encontro de imagens como abertura de um filme que fala de tais questões como as mencionadas acima.

Também para demonstrar que a câmera fixa, ou lenta, ou captando longas tomadas sem corte é recurso bastante utilizado pelo cineasta russo, Alegria destaca esta tônica numa contraposição da análise de outros dois filmes do diretor, no que deixaria transparecer uma prática de Tarkovski do caráter teorizado por ele sobre a imagem, como visto anteriormente: “*Nostalgia* não é um filme tão silencioso quanto *Stalker*, mas talvez seja o filme mais estático de Tarkovski. A câmera faz movimentos quase imperceptíveis, muito lentos, o que faz com que a imagem se aprofunde, como se mergulhássemos na realidade construída no filme. A movimentação dos atores também é sutil, algumas vezes se usa o artifício da câmera lenta e muitas vezes os atores permanecem parados em quadro. **Tarkovski acreditava que essa imagem quase estática trazia o espectador para dentro do filme.** Seria um certo sentido de devoção também ao cinema, por parte do espectador, pois é necessário que se dedique toda a atenção ao filme e que nada mais se faça ao mesmo tempo” (2007).

## 5 CONCLUSÃO

Para livrar-se da digressão à crítica cinematográfica sobre a obra de Tarkovski<sup>80</sup> – já que além de não ter exatamente o caráter investigativo a que um trabalho de pesquisa se propõe, esta interpretação deixaria derivar dela uma idéia de ‘verdade’ que surge dos comentários de Tarkovski e dos sobre da Vinci em relação à imagem – poderia ser proveniente uma ligeira retomada, para um primeiro momento de finalização, da concepção da impossibilidade de referência ‘total’ da expressão imagética. Pois se a glosa tivesse deixado parecer quase uma idéia de que a imagem dê mesmo a verdade do referente, seria preciso reforçar que o que se propôs Tarkovski estar fazendo fosse exatamente, em primeiro lugar, uma acusação desta impossibilidade referencial ‘completa’ da imagem, para, em segundo lugar, a partir desta característica acusada, fazer o que se chamou de *elogio* exatamente desta condição da ‘coisa’ imagem (que por isto, por de certa forma resistir, ou se aproveitar, deste tal paradoxo, Tarkovski a classifica de ‘extraordinária’). Para que se passe, então, a um segundo momento de conclusão, seria preciso deixar claro que o que se entende, também, do caso é que quando Tarkovski estivesse acusando esta (evidente) impossibilidade, através da forma como promove o encontro das imagens (sacrificando ambas como que para mostrar suas vísceras), estivesse fazendo uma denúncia *para todo e qualquer tipo* de imagem com possibilidade de, com a técnica disponível a sua época, ser especular e com objetivo de efeito de real fidedigno ao referente (como aqui são considerados que sejam a pintura e o cinema, logicamente, e as imagens usadas com a ‘intenção’ de estabelecer uma relação de comunicação); *mas*, que a outra coisa que o encontro estaria sendo usado para falar, como um

---

<sup>80</sup> Rey Puente, em texto no qual se propõe a fazer ‘Aproximações estéticas ao cinema de Tarkovski’ chama atenção à posição do próprio cineasta em relação a interpretações sobre sua obra desta forma: “Antes, porém, de iniciar a exposição dessas possíveis exegeses [sobre a obra do diretor], alertamos para um receio do próprio Tarkovski. Ele não queria ver seus filmes reduzidos nem a uma interpretação racional-analítica, nem a uma leitura filológico-artística, que procuraria estabelecer através das imagens mais frequentes nos seus filmes como que um léxico simbólico do seu cinema. Embora ele próprio tenha repetido muitas vezes – em entrevistas que concedeu – que seus filmes não têm um sentido oculto, que suas imagens não simbolizam nada, é preciso compreender este receio a partir do seu contexto; ele procurava um caminho para a sua arte equidistante tanto do Realismo Socialista, quanto do cinema de S. Eisenstein. O que Tarkovski receava era que se tivesse uma apreensão intelectualizada do símbolo, como para ele ocorria com Eisenstein, a quem ele, em função disto, criticava veementemente. A sua posição estava muito mais próxima dos Simbolistas russos, em especial de W. I. Ivanov, cuja definição dos símbolos o próprio Tarkovski cita em seu livro, como uma possível definição que ele mesmo poderia fazer para suas imagens. O símbolo, diz Tarkovski citando Ivanov, ‘é apenas e tão somente um verdadeiro símbolo quando o seu significado é inesgotável e ilimitado, quando ele expressa em sua linguagem secreta (hierárquica e mágica) alusões e sugestões a algo indizível, a algo não apreensível pelas palavras. Ele possui muitas faces e significados mas permanece, no seu mais recôndito cerne, sempre obscuro”. Com isso evidencia-se que o que Tarkovski não aprovava era um determinado conceito de símbolo, uma certa univocidade hermenêutica que roubasse a caleidoscópica riqueza visual de suas imagens cinematográficas” (1995:43).

elogio à capacidade de ‘verdade’ que, apesar dessa impossibilidade inerente, a imagem poderia ‘dar’, já seria referente exclusivamente ao seu uso artístico. Porque a função comunicacional seria sabidamente distinta da artística, e se Tarkovski sabe de toda a possibilidade da criação de uma verdade imagética *na arte* exatamente baseada na natural impossibilidade de fidedignidade completa da imagem – porque aí, na arte, a criação desta verdade é manifestamente deliberada, se não necessária –, ele suspeita, pelo menos, da impossível verdade (realidade) que é criada (co-construída) em função da crença de uma possibilidade de referência total no uso deste tipo de imagem *na comunicação* (ou na vida contemporânea em sociedade, que tem no uso destas imagens um meio através do qual engendrar uma relação de comunicação) e o que deriva daí – onde a objetividade, no campo comunicacional (midiático) teria que ser necessariamente procurada, em nome de sua legitimidade –: uma provável ‘fantasmagoria’ (ou senão não insistiria no ‘inexorável avanço da tecnologia’ e num seu ‘mau’ uso). Por isso [pela necessidade da busca de uma viável idéia ‘comum’ de imagem], que o segundo momento de fechamento tentaria encontrar uma brecha para ultrapassar tais diferenças advindas de usos com intenções diferentes deste tipo de imagem especular, e procuraria fazer aparecer um motivo além de um determinado ‘uso’ para a imagem ocupar a posição privilegiada que se quis provar que ocupa como meio *para* comunicação na organização social de nosso tempo.

Assim, num primeiro instante de encaminhamento final, como dito, se retoma a idéia de impossibilidade de referência completa do referente por mais especular que seja a expressão imagética, no intuito de combater uma concepção de ‘verdade’ que o conceito de imagem (ainda que fosse a artística) poderia ter trazido das considerações de Tarkovski sobre ela, e dos comentários sobre a obra de Leonardo. Na pontualidade deste caso, talvez fosse suficiente citar uma idéia de impossibilidade para cada modalidade referida no encontro do modo de expressões imagéticas que é a cena. Neste caso, em relação à pintura, poderia satisfazer invocar Baxandall, quando lembra um detalhe evidente, mas elementar: “em primeiro lugar, compreender o quadro supõe que possamos identificar uma certa convenção representacional, baseada no fato de o pintor estar empregando cores sobre um plano bidimensional para se referir a algo que é tridimensional: é preciso que se entre no espírito do jogo...”<sup>81</sup> (1991:40), referindo a própria afirmação de Leonardo de ser impossível uma pintura parecer ter o mesmo relevo que o modelo natural (e retomando, como resumo, e de maneira

---

<sup>81</sup> Ainda que a afirmação possa ser universalizada à arte da pintura (mimética) em geral – e por isso serviria aqui ao que se pretende com ela –, Baxandall a estaria fazendo focadamente em relação à pintura renascentista; talvez também numa admoestação àquela crença de realidade representada à qual se referia Vasari sobre a pintura de Leonardo.

simples e salutar, aquilo trazido aqui através de Barthes, Aumont, Flusser e Platão, por exemplo, sobre esta impossibilidade). Em relação à imagem cinematográfica, para de certo modo não rigorosamente contrapor, mas completar, de outro ângulo, a afirmação de Bernadet de que o cinema viria a ‘calhar para se encaixar na ânsia por espetáculos que pudessem ser oferecidos como reprodução do real’ (pág. 146), poderia ser bastante buscar a posição de Arheim (1957), por exemplo, quando elenca uma série de questões para mostrar a impossibilidade de a imagem do cinema ser simplesmente uma reprodução mecânica da realidade. Entre elas, a impossibilidade da tridimensionalidade, a redução da profundidade, a delimitação da imagem e a distância do objeto. O ponto básico de sua argumentação seria simplesmente o de que a câmera não pode ser considerada como um olho (humano), pois este está num corpo, e aquela não; logo, a captação da realidade é diferente de um objeto (corpo humano) em relação ao outro (câmera), e o conseqüente processo de expressão dessa captação, no caso do cinema, resulta naturalmente distinto de como os olhos percebem o mundo<sup>82</sup>.

De toda forma, a confirmação teórica de tais indícios [de impossibilidade] identificados como aquilo que Tarkovski estaria a denunciar, no que se constituiria o seu ‘recado’ em relação à suposta supremacia da imagem como meio para comunicação (e daí como co-construtora da realidade numa posição em que, justamente por uma tecnologia que se oferece para que produza com o maior efeito de real possível a representação do que refere, inspira confiança na sua ‘denotação’ da realidade) – ainda que Tarkovski não estivesse falando deliberadamente sobre isso –, levaria ao segundo momento deste encaminhamento final. Neste caso, em que se poderia considerar que a especificação da impossibilidade de reprodução ‘total’ para cada uma das modalidades de expressão imagética invocadas para o encontro (cinema e pintura) chamaria a atenção a um óbvio ponto em relação a ele: o de que são ‘suportes’ diferentes, apesar de determinadas características essenciais serem de mesma natureza (a máxima possibilidade possível de fidedignidade ao que referem, por exemplo); atentar-se-ia, finalmente, para as possíveis conseqüências disso, e o que se poderia tirar delas. Pois se está considerado que Tarkovski faz tudo o que faz, o teria feito através de seu suporte – cinema –, sobre o qual, para promover o que promove, teria plena consciência das possibilidades. E se isso é verdade, não é possível negar haver peculiaridades do suporte que

---

<sup>82</sup> Uma série de outros autores poderia ser escalada para explicar as impossibilidades de referência completa especificamente não só do cinema, como Metz, por exemplo, em ‘Além da analogia, a imagem’ (1973), mas também em relação à pintura, como, além de Francastel, já citado aqui, em ‘A realidade figurativa’ (1965), o próprio Foucault, em texto aqui muito pouco explorado, em que analisa ‘As meninas’ de Velásquez (em ‘As palavras e as coisas, 1966).

permanente e inescapavelmente determinam em particular a expressão do conteúdo que por ele é veiculado – caso contrário, Tarkovski não teria feito o que se acabou de se considerar que tenho feito.

Neste sentido, de observar até que ponto a técnica (que ‘aparece’ no suporte) ‘influenciaria’ na imagem que comporta, uma afirmação de Machado é peremptória: “quando se fala de imagens, é impossível pensar a estética independentemente da intervenção da técnica” (1997:223). Ao se colocar clara e exclusivamente do lado da técnica, o autor pareceria se situar numa posição de rechaço a uma possibilidade de pensar um estatuto do modo de representação imagético ainda (ou para além) independente do material que fará seu veículo. Direção para a qual também aponta Ridley, por exemplo, quando comenta a teoria estética de Collingwood<sup>83</sup>. Talvez menos enfático (ou menos radical) que Machado, o comentador assinala a intrínseca relação entre uma expressão e o meio utilizado para expressá-la, presente na teoria estética do autor que analisa. Apesar de se voltar a uma concepção artística da expressão (e nada garante que a de Machado também não abarque esta dimensão – ou possivelmente nem faça, ou precise, essa diferença, entre ‘artístico’ e ‘comunicacional’, da maneira como está se referindo à expressão imagética) já que o objeto de trabalho de Collingwood é a estética, não seria grave se universalizar a aceção que Ridley faz da teoria do esteta para todas as expressões imagéticas quando diz que “alguém pode expressar sua experiência em palavras ou gestos, alguém pode expressá-la em tinta, sons ou pedra. Mas é preciso expressá-la em algo” (1999:38). ‘Algo’, este, que se torna fundamental quando Ridley diz que “assim, o ato de expressão está indissolúvelmente vinculado ao material no qual se realiza”. O que se confirma quando comenta:

se a expressão é necessariamente materializada, segue-se que essa exploração deve ser também uma exploração do próprio meio material de expressão. Para tomar o exemplo do próprio Collingwood: Cézanne explorou sua reação ao Monte Saint-Victoire – de fato, sua obsessão por ele – pintando-o repetidas vezes. Ele explorou sua obsessão valendo-se de sua pintura; mas explorou, igualmente, sua pintura, valendo-se de sua obsessão (1999:39).

Da afirmação de Ridley, seria possível observar três pontos. O primeiro é o de que, assim como Machado, sua perspectiva em relação ao que nomeia ‘expressão’ é material (“se a expressão é necessariamente materializada”, são suas palavras); sendo então notório que ambos os autores não estariam, a princípio, interessados exatamente no que se poderia considerar um problema conceitual (ou ‘ideal’, ainda que não seja a mesma coisa), seja de

---

<sup>83</sup> R. G. Collingwood, teórico e historiador inglês de estética e filosofia da arte, cujo pensamento sobre o assunto se encontra em grande parte na obra “The principles of Art” (1938).

imagem, seja de expressão (e conseqüentemente, se ambos estão falando de imagens, no problema conceitual de ‘expressão imagética’). O segundo é que, posicionando-se desde este ponto de vista (material), é provável que nem houvesse como a materialidade (do suporte através do qual a imagem ‘aparece’) não ‘influir’ na expressão imagética. De modo que o terceiro ponto, desta forma, seria o de que a questão (da influência da técnica/suporte sobre aquilo que a imagem mostraria), então, já se iniciaria resolvida: a expressão (pela imagem) ou o modo de representação imagético, visto a partir de uma perspectiva da materialidade, natural, evidente, e necessariamente tem o resultado de sua expressão (ou de sua representação) dependente da – e influenciando pela – técnica utilizada para tal: evidência que já estava presente na impossibilidade da imagem representar com completa fidedignidade aquilo que refere (por mais especular que ela seja), como visto em aqui 2.1, cap. II.

Todavia, ainda que Machado seja definitivo ao afirmar que

jamais se pode ignorar o papel determinante jogado pelas técnicas de produção na realização dos fenômenos estéticos sob pena de reduzir qualquer discussão estética a um delírio intelectualista completamente ignorante da realidade da experiência produtiva (1997:223),

se poderia propor suspender momentaneamente esta idéia (se pensada em relação à produção de imagens), e lembrar que o próprio Machado menciona, em outro momento, determinada ‘essência’ da imagem. A menção aparece quando faz as aproximações das produções de imagens renascentistas com as produções das imagens técnicas (fotográficas), ao dizer que o “empenho na direção de uma imagem cientificamente verossímil” por parte dos renascentistas seria a “própria **essência** do que agora estamos chamando de imagem técnica” (1997:225). Se essência é aquilo pelo o que uma coisa ontologicamente se define (o ‘ser esse’ de algo), seria talvez difícil negar que poderia resultar daí uma ‘idéia’ de imagem, transcendente (ou ulterior) à técnica empregada para que ela se materialize. Desta identidade essencial (ainda que seja em relação ao ‘empenho’, como é o que diz a frase do autor, ou a um objetivo, uma *função*: reproduzir objetivamente o real) que surge ao Machado aproximar as modalidades de representações imagéticas pictóricas renascentistas e técnicas modernas (fotográficas, logo cinematográficas) é que também se tornaria possível pensar a alternativa de uma *idéia* de imagem não apenas necessariamente associada irremediavelmente ao suporte em que se faz aparecer. Uma alternativa eminentemente ideal, mas que talvez fosse a que teria um preço inafiançável na formação daquela legitimidade de quem transmite uma imagem especular e na crença que se cria aí.



Pois se a característica de impossibilidade de referência ‘completa’ está sendo reforçada no momento em que Tarkovski se vale de um suporte (no qual é empregada uma técnica), que é o cinematográfico, que pelo modo como é usado por ele, teria o intuito de reforçar a mesma impossibilidade no outro suporte imagético (o pictórico) que ele representa através do seu, cinema, no momento em que, através deste uso, está fazendo a mesma denúncia (de impossibilidade) do que vê naquele (impossibilidade da pintura), se poderia inferir que esta impossibilidade provém (ou mesmo ‘só ocorreria’) justamente porque é preciso uma técnica que materialize (que dê materialidade) a imagem (que a faça *existir* como ‘algo concreto’). Ação de Tarkovski que provavelmente, nesta interpretação, estivesse querendo fazer (re)surgir um conceito ‘ideal’ de imagem a se fundar numa idéia de que tal impossibilidade adviria da técnica (qualquer que seja; que ‘materialize’ a imagem: pintura, fotografia, vídeo, cinema), e não de uma imagem que já seria praticamente pensada como meta-física – não como uma mágica, ou algo incólume, mas algo com valor em si mesmo. Desde que se estivesse consciente de que a imagem é inapelavelmente isso: uma coisa nela mesma, uma crença nela estaria absolvida no caso artístico, e advertida no caso ‘comunicacional’.

Assim, se poderia pensar por duas vias o caso de Tarkovski. A primeira, mais óbvia: de que ao explorar sua obsessão por Leonardo (por todos os motivos já elencados para a associação entre um e outro, e pela própria identificação de Tarkovski com o artista), o diretor tenha explorado simultaneamente seu (o) cinema (como no exemplo de Collingwood, invocado por Ridley, em relação à Cézanne). A segunda, mais propícia (para os propósitos aqui defendidos), talvez: a de que ao explorar uma modalidade de representação imagética, a pintura (através da arte de Leonardo), através de outra, o cinema, mais do que perscrutá-los ao mesmo tempo (o que de certa forma já estaria evidente), Tarkovski estivesse explorando a natureza de ambos – que não por acaso seria, neste sentido, comum –: a própria expressão, ou representação, imagética; ou o próprio conceito de imagem (numa sua idealidade e na sua impossibilidade – o que seria o elogio à imagem na sua condição paradoxal).

Contudo, ainda que o resultado deste elogio à imagem se equivalha a uma ‘verdade’ que é construída pela sua inerente condição paradoxal (o que é uma das conclusões que se poderia inferir da ação de Tarkovski), restaria ainda esclarecer uma desdita que possa ter se avolumado na mistura de questões aqui armadas entre o que se entendeu por ‘arte’ e o que se compreendeu por ‘comunicação’, principalmente no seu uso de expressões imagéticas e nos seus objetivos deste. A diferença que saltaria, aí (no que concerne a esta pesquisa), em relação ao ‘pictórico’ (entendido como artístico) e ao ‘técnico’ (entendido como ‘comunicacional-

mediático’), é que de certa forma características como estas [impossibilidade de referência ‘total’ especular], estão, como já mencionado, deliberada, manifesta, natural e necessariamente postas no uso da pintura como representação imagética, tanto que dizer que ‘é preciso entrar no jogo do pintor’ (Baxandall, citado à pág. 155) é praticamente um lugar comum (se não estiver sendo reafirmado com finalidade precisa); enquanto que no caso da ‘imagem técnica’, em função da possibilidade de uma analogia especular: do ‘reflexo direto do mundo’ (Santaella, citada à pág. 103), e do ‘efeito de real’ (Rodrigues, pág. 75; Bourdieu, pág. 108) que a tecnologia que é possível empregar na sua produção propicia, esta evidente impossibilidade de referência total (fidedigna) ‘tenderia’ a passar despercebida, em razão justamente da possibilidade de especularidade advinda da técnica (eletro-tecnologia) utilizada para a reprodução imagética neste uso da imagem. Porém, não só por isso, como se tentou demonstrar, mas porque esta ação especular, só possível (ou mais enfaticamente possível) *através da imagem*, seria uma melhor maneira de legitimar o enunciador (aquele que *expressa*) que com esta função a utiliza. E por exercer esta função, a de comunicar (naquele sentido de ‘informar’ – de ser ‘intencionalmente’ comunicativo-informativo, como se tentou aventar em 1.3.2.2) com a fidedignidade que é esperada deste exercício, através de um meio potencialmente especular para isto (e não para outra coisa; outro fim), geraria nele a ‘confiabilidade’ que o ‘sistema abstrato’ (Giddens, pág. 78; neste caso ‘sistema’ como ‘campo’, e, neste caso, como ‘campo da mídia’) ao qual pertence garante a cada um de seus componentes (os enunciadores/expressadores). Confiabilidade que gera uma ‘crença’ que lhes é investida no momento em que operam tais ‘imagens técnicas’ na função em que lhes é legitimada (representar, publicizar: comunicar), embotando, em prol dela [confiança], a característica que já seria ‘indesejada’ (por parte de quem recebe) ou mesmo antes sem importância (não me venha com essa conversa!) da impossibilidade especular. Quem a percebe (e não fosse assim, talvez o tal ‘poder’ nem seria um ‘problema’) já julgaria, esperaria, contentar-se-ia, satisfar-se-ia (num ‘senso comum’ que afinal é a quem se destina, e que a colhe num ‘esforço tranquilizador’, como dirá Barthes em seguida) com o que anseia que esta imagem seja: aquela realidade (original) ao alcance, tal e qual, de quem a vê via uma sua representação especular que faria exatamente isso: a espelharia.

Nesta esperança, ou nesse desejo, ou nessa necessidade, ou simplesmente nesta postura (deliberada ou não) diante destas imagens, pois, é que se poderia supor emergir o recém hipotetizado: aquela *idéia* de imagem que não estaria necessariamente associada irremediavelmente ao suporte que a faz aparecer. Idéia que tornaria possível uma crença na sua (dela, imagem) verdade, mas que se transformaria em uma confiança num artilho quando

esta crença fosse em relação a uma imagem não manifestamente utilizada mais para a autentificação da enunciação do que do referente: menos do que janelas, biombos desadvertisadamente fantasmagóricos.

Porque se o “referente fotográfico’ não é a coisa *facultativamente* real a que remete uma imagem ou um signo, mas a coisa ***necessariamente real que foi colocada diante da objetiva***” (da câmera), como afirmara Barthes, no que a opunha à possibilidade da pintura de “simular a realidade sem tê-la visto” (aqui, à pág. 103), e a faria escapar ao infortúnio da linguagem verbal de “não poder autenticar-se a si mesma” já que ao ser “a própria autentificação” a imagem “**não inventa**”; seria possível tender a pensar que se acreditaria (se ‘confiaria’) que ela [imagem] ‘não inventa’ *justo* porque é *uma imagem* (explicitamente implícita aí toda a sua possibilidade de especularidade), invertendo a citação que o próprio Barthes faz de Godard: “não uma imagem justa, justo uma imagem” (1984:103). Pois quem a percebe (recebe), por ‘querer’ (acreditar/confiar em) uma imagem justa (no sentido de ‘fidedigna’, ‘verossimilhante’, ao que refere), já que o (‘inexorável’) avanço da tecnologia permitiu a possibilidade de sua produção com o mais alto grau de ‘efeito de real’ na reprodução imagética daquilo que faz referência, a percebe (recebe) quase que ‘necessariamente’ como uma imagem *justa* (que é o que o próprio Barthes diz, por seu ‘pesar’ – que não deixa de ser, ainda que metafórico, um motivo –, querer<sup>84</sup>), isto é: mais do que crendo na fidedignidade da representação, que aquela imagem seja a própria ‘realidade real’.

‘Justiça’, porém (fazendo correspondência com a idéia de ‘justo’ acima utilizada), que não caracterizaria exatamente o procedimento do enunciador que se vale da expressão imagética como meio *para* comunicação (‘midiática’ – desde que, para marcar uma diferença, simplesmente por ser produzida eletro-tecnologicamente passa a ser denominado ‘mídia’), pois, ao contrário do uso da expressão imagética na arte que, embora tenha (ou tivera, em grande parte) o mesmo objetivo da verossimilhança, deixa desde sempre marcada a impossibilidade de referência especular ‘total’, mantendo natural e invariavelmente seu caráter simbólico (como Flusser e Barthes referem, por exemplo) derivado da manifesta ‘simulação’ que resulta sua produção; o uso da imagem especular por quem a utiliza como

<sup>84</sup> Neste trecho de “A Câmara clara”, Barthes analisa uma foto da mãe recém falecida, quando criança, e dá a idéia de que gostaria de crer, pelo pesar que cultivava, que a realidade fosse justamente como aquela foto – justo uma imagem – o fazia crer (e querer) que fosse (1984:103, 104). De onde se poderia inferir que quem vê uma imagem com a característica da verossimilhança especular em relação àquilo que refere, apesar de toda evidência da impossibilidade daquilo ser exatamente como está sendo mostrado pela reprodução imagética, invariavelmente terá um motivo que justifique a crença – alguns dos quais, dentro do escopo desta pesquisa, tentou-se elencar. Ir mais a fundo nestes aspectos (motivacionais em relação à crença), porém, talvez já desviasse o foco de uma pesquisa em ‘comunicação’.

expressão para engendrar um processo de comunicação não acusa, nem marca, nem lembra, nem sinaliza para esta impossibilidade, mas o inverso: aposta no efeito de real como originador da crença de quem percebe esta expressão como – e aí está, talvez, um motivo relevante para o suposto poder da imagem – *mais* do que a *autentificação* de que aquilo que está sendo *mostrado* através da imagem ‘foi assim’, *mas* como a ‘*autentificação*’ de quem *tem o poder de enunciar com tal efeito (de real)*. Passando, então, a importar pouco se este efeito de realidade contamina, distorce, ou (principalmente) *se vale* da própria realidade que ‘deveria’ representar para autenticar o seu suposto próprio poder de autentificação, conferindo praticamente determinado ‘poder’ mais a quem se vale da imagem para representar tal referente (tal realidade) do que à própria imagem, que, neste uso, voltaria a um caráter de instrumento, ainda que deliberadamente ativo na relação de comunicação para mais além do que a sua inerente posição de (meio de) expressão (que engendra a relação).

Assim, o que ficaria disponível supor que aconteceria “com a nossa relação com o real quando mudam as condições de simbolização” (questão de Augé norteadora para este trabalho), poderia ser que aquele processo de relação entendido como comunicação – entre um (uma extremidade, humana) que expressa e outro(a) (extremidade) que percebe tal expressão que teria a intenção de comunicar num sentido informativo que desse a essa relação um caráter ‘comunicacional’ bem específico – passa a ter a sua disposição um meio que então pode ser produzido sob o “irresistível desenvolvimento de técnicas que não estão subordinadas ao antigo modo de expressão” (Cohen-Séat e Fougeyrollas, à pág. 110) para engendrar a mediação (que seria o que funda uma relação de comunicação) entre as extremidades. Estas “técnicas da informação visual”, que fariam nascer um novo membro da ‘família das imagens’ que, segundo Barthes “corresponderia a uma mutação capital das economias da informação” (pág. 106), com a característica de ‘efeito de real’, de acordo com Bourdieu (pág. 108), estariam então, “na civilização que se está elaborando”, como afirmam Cohen-Séat e Fougeyrollas, “pode-se dizer que, diante de nossos olhos”, exercendo uma “ação sobre o homem” que seria “indubitavelmente” a da geração “de um novo modo de expressão”.

‘Novo modo de expressão’ cuja novidade seria não só a possibilidade de autentificação do que se quisesse referir, através então de um meio que passaria a oferecer melhor do que qualquer outro esta possibilidade, a partir do avanço eletro-tecnológico para sua produção e transmissão: a imagem; *mas* que instalaria três processos, cada um inter-relativo ao outro, dentro das relações de comunicações sociais (exalando um miasma que talvez atingisse demais relações na sociedade; entrando numa idéia abrangente do que se

referiu aqui como ‘mídiatização’). Um destes processos seria o de que como operador de ‘técnicas que não estão subordinadas ao antigo modo de expressão’ (isto é; que não referem mais as coisas por transposição, tal faz a palavra, conforme Braga; pág. 115), aquele que expressa algo (o enunciador) através do que esta nova tecnologia possibilita (a especularidade imagética) a utilizaria de determinada maneira tanto a autenticar o referente (através da imagem) quanto legitimar a sua posição de ‘enunciador especular’ (através da possibilidade, que só a sua posição, de enunciador, lhe dá, de expressar, de maneira especular, através da imagem). Inter-relacionado a este, estaria outro processo: o de que, para legitimar esta posição (ou esta função social, como visto em relação ao campo da mídia em 2.2.1, parte I), o enunciador ‘carregaria’ no ‘modo’ desta expressão, ato que lhe forneceria um ‘discurso próprio’ (item que, entre outros fatores, lhe garantiria legitimação na formação de um campo social ‘autêntico’, como visto em Rodrigues – mas que já seria possível pensar também em relação a qualquer enunciador na posse de recursos para a produção de tal imagem, mesmo fora de um ‘campo [oficial] da mídia’). Quando esta ênfase, então, no *modo* da expressão se dá de maneira em que haveria uma “prevalência [deliberada] da forma sobre o conteúdo semântico” (conforme Fausto Neto; pág. 72), esta ‘forma’, provavelmente em função de a imagem *mostrar* o referente, e não (mais apenas) ‘remeter’ a ele (como o faria o ‘antigo modo de expressão’), teria uma das tônicas da sua característica numa determinada efemeridade, em que, também por tal facilidade e instantaneidade (de produção e transmissão – ‘mostração’ – da imagem), o conteúdo a ser transmitido ‘perderia’ em termos de características reflexivas (que demandariam provavelmente mais demora, ou mais apuro, ou mais cuidado tanto na sua produção quanto na sua transmissão) e ‘ganharia’ em ‘informacionalidade’, de maneira com que ‘sobrasse’ ao conteúdo ser menos ‘representado’ e mais ‘presentado’, conforme Lasch (nota 26, pág. 76); o que lhe conferiria um caráter do que se mencionou como ‘paradigma informacional’, de acordo com o mesmo autor (pág. 74). De modo que esta contaminação por um aspecto informacional (não apenas no sentido de ser caracterizado como ‘informação’, que ele naturalmente é, mas de se reforçar, agravar, tal característica) seria a instalação do outro processo: uma interferência na ‘realidade’ que esta imagem, como meio *para* comunicação, estaria a referir – intervenção que não apenas a co-construiria [esta realidade referida], mas que a partir dela (se valendo desta realidade que ‘deve’ representar) *criaria* outra, para mais além do que a sua inerente (e evidente) impossibilidade de fidedignidade total referencial naturalmente, mas em grau menor, e não deliberadamente direcionado (já que é característica própria de toda expressão), faria.

Na medida em que uma das premissas que se poderia identificar, daí, fosse uma afirmação já citada de Fausto Neto (à pág. 72), quando dizia que “o que importa não é mais um “mundo externo” a ser apontado, mas o próprio processo e as operações realizadas pela economia enunciativa midiática para gerar a realidade”, e uma das conclusões possíveis fosse o que segue a sua afirmação: “ou seja, a ênfase está na enunciação que assim se formula como foco para poder saber, mostrar e dizer”, no que culminaria numa “realidade da construção”; se poderia retomar o objetivo deste trabalho e tentar identificar, agora, ainda que redundantemente, o que, de relevante, teria sido dito durante a pesquisa sobre o lá proposto em relação a tentar vislumbrar alguma *razão e/ou modo para a imagem, como uma representação da realidade, alcançar a importância que teria contemporaneamente como meio de comunicação, supostamente tendo a prevalência de representá-la (a, ou as, realidade(s)) dentro da forma de organização social do nosso tempo.*

Uma das conclusões, imagina-se, pois, seria a de que uma das *razões* possíveis para a imagem assumir uma suposta posição de prevalência no modo social de vida contemporâneo seria, simplesmente, a de que ela ‘calha’ a este processo [de autenticação da posição do enunciador ‘comunicacional-midiático’], se pensada dentro de um âmbito que entenderia a comunicação como uma relação (entre extremidades expressoras e percebedoras) engendrada através de meios que produzem as mensagens (eletro-)tecnologicamente (no sentido em que Verón delimitar a característica da produção tecnológica como o que vai considerar meio de comunicação; pág. 56) – mesmo porque é só com o advento de uma técnica, a fotográfica, que uma especularidade imagética que se poderia julgar ‘substituir o real’ (conforme Rodrigues diz o campo da mídia fazer; à pág. 75; e como Bernadet diz o cinema finalmente ter proporcionado; à pág. 146) entra no jogo das representações através da imagem. Sendo que, aí, pelas características que se aventou, aqui, ela [imagem] possuir, e os seus usos daí derivados, principalmente como meio *para* comunicação, um possível *modo* pelo qual ela se instalaria com este suposto predomínio nas formas de comunicação seria constituindo-se como um ‘operador’ principal (se não condicional) de um ‘paradigma informacional’ que não remete, mas ‘mostra’ com ‘efeito de real’ a realidade que, ao referir, cria em função do seu propósito, fazendo permanecer a crença na sua [da imagem especular] principal característica que seria ‘autenticar’ o ‘foi assim’, quando a autenticação passaria a ser o ‘foi assim’ como *eu* (enunciador) expresso que foi, não só porque esta é a característica natural de toda a linguagem, mas porque seu uso passa a ter também um fim determinado, e não abertamente manifesto; o da promoção e manutenção (da posição) de quem enuncia. Assim, se poderia pensar, finalmente, que quando Barthes assinala que “a essência da fotografia consiste em

ratificar o que ela representa” (1984:127, 128), o que se poderia também supor é que então já teria passado a ratificar determinado ‘poder’ (prevalência, predomínio) a quem a utiliza como meio *para* comunicação, ou; a ratificar a representação através dela como um poder, ou; a representar a ratificação do seu uso como poder, ou; a representar a ratificação do poder de quem a usa, como meio *para* comunicação, praticamente indiferente (ou quem sabe a favor, como Vattimo) à ‘fantasmagoria’ nascida deste processo.

Ao agir de forma a chamar a atenção ao evidente traço de impossibilidade especular total imagética tanto pictórica quanto técnica, na promoção de um encontro de imagens entre pintura e cinema, da maneira que o produziu, Tarkovski, então, como se pensou aqui, estaria dando um ‘recado’ sobre determinada dissimuladamente desavisada instalação de um uso da tecnologia para a produção, através da imagem, de realidades inadvertidamente ilusórias. Fazendo fundir a imagem do seu cinema com a imagem da pintura de da Vinci, estaria ‘mostrando’(!) tratarem-se da mesma coisa no seu aspecto – num sentido de auge da especularidade que ambos (pintura renascentista e cinema, a seu tempo) podem ser considerados – mais relevante: uma expressão imagética que não pode dar propriamente aquilo que refere sem ao mesmo tempo dar outra coisa (em função da ‘expressão’ que naturalmente é), mas que quando esta característica é respeitada, ou seja, denunciada e levada em consideração, o que surge é menos uma quimera e mais uma (outra) verdade – o que seria a condição da imagem. No que se poderia considerar um seu esforço (sacrifício) de uma tentativa de decifração da imagem ela própria, a força no ato de representar a realidade que ela [imagem] tem seria o que Tarkovski estaria querendo fazer emergir. De modo que na simultaneidade e concomitância da maneira como explora as duas modalidades do modo de expressão imagético, se poderia sustentar que consciente, deliberada ou especificamente ou não, no fim (ou no começo), o diretor se valeria das duas técnicas para, por elas, e a despeito delas, trazer à tona um conceito de imagem. A validade do encontro de imagens que promove seria que o elogio do cineasta à representação imagética se dá à materialidade da técnica e ao conceito de imagem a um só tempo. Ou seja, ele [Tarkovski] estaria, como aqui se compreende, a querer que se acreditasse na perfeição da imagem justamente pelos defeitos naturais das técnicas que lhe transformariam num soberano modo de representação. Uma asseveração, como o diretor de imagens que é, de uma permanência da imagem, a despeito dos mais variados propósitos que venham a ter os seus usos, entre eles, o aqui advogado poder de autenticar o enunciador.

Contudo – substituindo-se nestas duas últimas citações a palavra ‘fotografia’ por ‘imagem’ (especular) –, se segundo Barthes “perguntar se a fotografia é analógica ou

codificada não é um bom caminho para a análise”, e que “o importante é que a foto possui uma força constativa” (1984:132), um trabalho inteiro praticamente baseado nesta questão teria a sua função de fato hesitante. De modo que seria conveniente deixar o próprio autor, melhor do que ninguém, concluí-lo.

Também nós, possivelmente, temos algo de melhor a fazer do que recensear diretamente os conteúdos ideológicos do nosso tempo; pois, ao tentar reconstruir, em sua estrutura específica, o código de conotação de um meio de comunicação tão abrangente quanto a fotografia jornalística, podemos esperar encontrar, em sua própria astúcia, as formas que nossa sociedade utiliza para tranquilizar-se, e, assim, captar a medida certa, os desvios e a função profunda desse esforço tranquilizador: perspectiva atraente, como dissemos no início, sobretudo no que diz respeito à fotografia, pois que ela se desenvolve sob a forma de um paradoxo: aquele que faz de um objeto inerte uma linguagem e que transforma a incultura de uma arte “mecânica” na mais social das instituições (1982:24).

Através da imagem.

## 6 POSFÁCIO

Este texto foi finalizado em fevereiro de 2009, sem incorporar as novas normas impostas à Língua Portuguesa pela da Reforma Ortográfica vigente a partir de janeiro de 2009, antes por se julgar que padrão deva servir mais para organizar e menos para diminuir, do que por uma falta de tempo hábil à adaptação.

O número excessivo de advérbios, de modo, principalmente, no texto, talvez demonstre – é uma hipótese posterior à conclusão do trabalho – a importância que se dá em relação à ‘maneira’ como as ações são feitas, idéia em volta do qual o pensamento, para esta investigação, sempre andou.



Todos os negritos dentro das citações são grifos deste texto. Os itálicos são originais.

## 7 REFERÊNCIAS

ALEGRIA, Ângela. *Andrei Tarkovski*: do objeto ao sujeito. São Leopoldo: 2007. Monografia de conclusão de curso em Realização Audiovisual - Unisinos.

ALSINA, Rodrigo Miguel. **Teorias de la comunicación**: âmbitos, métodos y perspectivas. [S.l.]: [s.n.], 2001.

ARHEIM, Rudolf. **A arte do cinema**. Lisboa: Edições 70, 1983.

ARISTÓTELES. **Metafísica**. 2. ed. Coimbra: Atlântida, 1969.

\_\_\_\_\_. **Poética**. Porto Alegre: Globo, 1966.

AUGÉ, Marc. **A guerra dos sonhos**: exercícios de etnoficção. Barcelona: Gedisa, 1998.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. 11. ed. Campinas: Papirus, 2006.

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

BARTHES, Roland. **A câmara clara**: nota sobre a fotografia. Lisboa: Edições 70, 1984.

\_\_\_\_\_. A mensagem fotográfica. In: BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**: ensaios críticos III. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

\_\_\_\_\_. A retórica da imagem. In: BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**: ensaios críticos III. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

\_\_\_\_\_. **Elementos de semiologia**. 15. ed. São Paulo: Cultrix, 1992.

BAXANDALL, Michael. **O olhar renascente**: pintura e experiência social. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991.

BAZIN, André. Ontologia da imagem fotográfica. In: \_\_\_\_\_. **Cinema**: ensaios. São Paulo: Brasiliense, 1991.

BERNADET, Jean Claude. **O que é cinema**. 1. ed. São Paulo : Brasiliense, 1980

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1998.

BORHEIM, Gerd. **Os filósofos pré-socráticos**. São Paulo: Cultrix, 1999.

BOUGNOUX, Daniel. **Introdução às ciências da comunicação**. Baurú: Edusc, 1999.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

\_\_\_\_\_. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRAGA, José Luiz. Constituição do campo da Comunicação. In: FAUSTO NETO, A.; PORTO, S. D. (Orgs.). **Campo da Comunicação**: caracterização, problematizações e perspectivas. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 2001.

\_\_\_\_\_. Mídiação como processo interacional de referência. In: MEDOLA, Ana Sílvia; ARAUJO, Denize Correa; BRUNO, Fernanda (Orgs.). **Imagem, Visibilidade e Cultura Midiática**. Porto Alegre, Sulina, 2007.

\_\_\_\_\_. Comunicação: disciplina indiciária. 2007. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_218.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_218.pdf). Acesso em: 20 maio 2007.

CARLON, Mario. **Imagen de arte/imagen de informacion**: problemas actuales de la relacion entre el arte y los medios. Buenos Aires: Atuel, 1994.

COLLINGWOOD, R. G. **Los principios del arte**. 1. ed. Mexico: Fondo de Cultura Económica, 1960.

COHEN-SÉAT, Gilbert; FOUGEYROLLAS, Pierre. A informação visual e sua ação sobre o homem. In: COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**: leituras e análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e "cultura de massa" nessa sociedade. 2.ed. São Paulo: Companhia Ed. Nacional, 1975.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEBRAY, Régis. **Vida e morte da imagem**: Uma historia do olhar no ocidente. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

DESCARTES, René. **Discurso do método, As paixões da alma, Meditações**. São Paulo: Nova Cultural, 1999. (Os pensadores).

DUARTE, Rodrigo. Ética e imagem: uma alegoria platônica. Disponível em: <http://www.fafich.ufmg.br/~roduarte/Eticaeimagem.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2008.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Campinas: Papirus, 1994.

ECO, Umberto. Tevê: a transparência perdida. In: \_\_\_\_\_. **Viagem na irrealdade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

\_\_\_\_\_. **Tratado geral de semiótica**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1991.

\_\_\_\_\_. **Como se faz uma tese**. 13. ed. São Paulo: Perspectiva, 1996.

FALABELLA, Maria Luiza. **Historia da arte e estética**: Da mimesis à abstração. Rio de Janeiro: Elo, 1987.

FAUSTO NETO, Antônio. **Midiatização: prática social – prática de sentido**. Paper. Seminário Mediaticização. Bogotá. 2006.

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

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

FRANCASTEL, Pierre. **Imagem, visão e imaginação**. Lisboa: Edições 70, 1987.

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. 2. ed. São Paulo: Ed. da UNESP, 1992.

GOMBRICH, Ernst H. **Arte e ilusão**: um estudo da psicologia da representação pictórica. São Paulo: Martins Fontes, 1986.

GOMES, Pedro Gilberto. A midiatização no processo social. In: \_\_\_\_\_. **Filosofia e ética da comunicação na midiatização da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2006.

GONÇALVES, Márcio Souza; SAINT CLAIR, Ericson Telles. **Comunicação e filosofia hoje**. In: **Anais da 17ª. Compôs**. [S.l.], 2008.

GUIDO, Ângelo. **Símbolos e mitos na pintura de Leonardo da Vinci**. Porto Alegre: Sulina, 1969.

JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. 19. ed. São Paulo: Cultrix, 2003.

LOCKE, John. **Ensaio acerca do entendimento humano**. São Paulo: Nova Cultural, 1988. (Os pensadores).

MACHADO, Arlindo. Arte e mídia: aproximações e distinções. **Galáxia: revista transdisciplinar de comunicação, semiótica, cultura**, São Paulo, n. 4 (2002).

\_\_\_\_\_. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. 3. ed. São Paulo: Papyrus, 2005.

MARTÍN BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MARTINO, Luiz C. História e identidade: apontamentos epistemológicos sobre fundação e a fundamentação do campo comunicacional. **Anais da XIII Compós**, GT Epistemologia da Comunicação. São Bernardo, 2004. 21 f.

MATTELART, Armand; NEVEU, Érik. **Introdução aos estudos culturais**. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

\_\_\_\_\_. **Pensar sobre los medios: comunicación y crítica social**. Madrid: Fundesco, 1987.

MAUPASSANT, Guy. **Contos Fantásticos**. Porto Alegre: L&PM, 1997.

MILMAN, Luis. Imagens e Representações: a Intransparência Cognitiva dos Ícones. **Revista digital 'Intexto'**. Disponível em <http://www.intexto.ufrgs.br/v1n3/a-v1n3a5.html>. Acesso em: 17 mar. 2008.

PLATÃO. **A república**: livro VII. 2. ed. Brasília: Universidade de Brasília, 1996.

\_\_\_\_\_. **Diálogos IV**. Lisboa: Europa-America, 1969.

POPPER, Karl. **A vida é aprendizagem**. Lisboa: Coleções 70, 1999.

PUENTE, Fernando Rey. Aproximações estéticas ao cinema de Andrei Tarkovski. **Revista Cultura Vozes**, Rio de Janeiro, vol. 89, n. 1, jan./fev. 1995.

RIDLEY, Aaron. **R. G. Collingwood**. São Paulo: UNESP, 1999-2001. (Grandes Filósofos).

RODRIGUES, Adriano. Experiência, modernidade, e campo dos média. Disponível em: [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt). Acesso em: 04 abr. 2008.

ROJAS MIX, Miguel. **El Imaginario. Civilización y cultura del siglo XXI**. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2006.

RÜDIGER, Francisco R. M. **Introdução à teoria da comunicação: problemas, correntes e autores**. São Paulo: Edicon, 2003.

\_\_\_\_\_. **Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural: comunicação e teoria crítica da sociedade**. 3. ed. rev. e ampl. Porto Alegre: Edipucrs, 2004. (Coleção comunicação, n. 19).

SANTAELLA, Lucia. Três paradigmas da imagem: gradações e misturas. In: OLIVEIRA, Ana Cláudia de; FECHINE, Yvana (Eds). **Imagens técnicas**. São Paulo: Hacker Editores, 1998.

\_\_\_\_\_. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** São Paulo: Paulus, 2007.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1999.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. São Paulo: Bosch, 1996.

SCOTT, Lasch. **Crítica de la información**. Buenos Aires: Amorrortu. 2005.

SFEZ, Lucien. **Crítica da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1994.

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e midiatização. In: MORAES, Denis. **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

SONTAG, Susan. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

TARKOVSKI, Andrei. **Esculpir o tempo**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

VATTIMO, Gianni. **A sociedade transparente**. Lisboa: Relógio D'Água, 1992.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. In: **Revista Diálogos de La comunicación**. Buenos Aires: Veron & Asociados, 1997.

\_\_\_\_\_. **El cuerpo de las imágenes**. Buenos Aires: Norma, 2001.

VIEIRA, Padre Antônio. **Edições de Base: Sermões Escolhidos**, São Paulo: Edameris, 1995. v.2.

ZÖLLNER, Frank; NATHAN, Johannes. **Leonardo da Vinci, 1452-1519**: obra completa de pintura e desenho. Köln: Taschen, 2004.

## 8 CRÉDITOS

Colegas de curso, corpo docente e de funcionários do Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos; em especial professores Alexandre, orientador desta pesquisa, Braga, Miriam e Fausto.

Créditos pelo aprendizado, que é a troca em que se recebe.

Ricardo, Patrícia, Daniel, e Lilian.

Créditos pela amizade, que, do jeito que é, é a amizade que deve ser.

Lucas, meu irmão, e Letícia, minha namorada, se dizem corriqueira e mutuamente (concomitante e simultaneamente) que vão ao céu. A compassiva disposição dele, e a terna existência dela são o puro cuidado.

Créditos por me darem o prazer de pagarem parte de sua pena comigo.

O colega J. Soledar, ao se formar em Artes Visuais com ênfase em história, teoria e crítica de arte, agradeceu seus pais por acreditarem em um ‘trabalho tão invisível, mas que leva a algum lugar’.

Num tempo em que arte, história, teoria, crítica e o que os valha já não são só mercadorias, mas discursos a confirmar as mercadorias que são, credito a meus pais Wilson e Vilma a palpabilidade da cozinha suprida, da mesa posta; da casa em ordem, da roupa dobrada: sem as quais não há concentração que se disponha. Vestígios diários da sua invisível confiança, vestida de carinho e segurança, num trabalho que no máximo poderia agradecer a educação recebida que tornou possível fazê-lo.

Dissertação apoiada com bolsa parcial pela CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.



