

# A FORÇA DAS IMAGENS NO MUNDO MIDIÁTICO

**Ana Cecília Aragão Gomes** • Mestre em Ciências Sociais (UFRN). Professora da Escola de Comunicação e Artes da Universidade Potiguar. E-mail: ceciliaaragao@unp.br

**Envio em:** Julho de 2012

**Aceite em:** Novembro de 2012

**Resumo:** Este ensaio acadêmico trata da força e eficácia da imagem no cenário midiático. Neste cenário, a imagem termina determinando a verdade, já que a exclusividade da visão pela exclusão dos outros sentidos que atribuem o pensamento ao sensível e às suas explorações mais arriscadas, mais incertas. As imagens reforçam seu efeito pelo excesso, abundância e repetição, pela onipresença no mundo contemporâneo. A relação da imagem com o acontecimento e com a temporalidade termina sendo subvertida; enquanto o acontecimento só tem força como momento midiático (sequência de imagens); a temporalidade tende a se retrair em proveito do imediato e do efêmero.

**Palavras-Chaves:** Imagem. Imaginário. Media.

## THE POWER OF THE IMAGES IN THE MEDIA WORLD

**Abstract:** This academic paper deals with the strength and effectiveness of the media scene image. In this study, the image determinate the truth, since the uniqueness of vision by the exclusion of other meanings as they deal with the sensitive and how they thought about the risks. The images reinforce its effect by excess, abundance and repetition, the ubiquity in the contemporary world. The ratio of the image with the event and ends with the temporality being subverted, while the event has only a media time (image sequence); temporality tends in favor of the immediate and ephemeral ideas.

**Keywords:** Image. Imaginary. Media.

## ■ 1. INTRODUÇÃO

Nesta transição de séculos nos deparamos com um cenário onde o movimento é o imperativo; onde o efêmero, o vazio, a crise e a complexidade aparecem constantemente para falar sobre o presente; onde o paradoxo é uma condição imposta ao ser e à cultura. Presenciamos uma cultura extensiva, sem fronteiras, que age na superfície por meios instrumentalizados e que, ao mesmo tempo, se mistura e se hibridiza.

Trata-se de uma cultura geradora de configurações frágeis, vulneráveis ao embaralhamento das mensagens e expostas aos efeitos de poder e concorrência das grandes indústrias culturais. Uma Era do olhar, do excesso, da superfície, do desgaste dos nervos psíquicos, de sensação de apatia, de uma experimentação destituída de sentido, da economia afetiva, da construção e espetacularização do corpo, da diluição do eu através dos sentidos da distância proporcionado pelos meios de comunicação, pelo empobrecimento das experiências.

Para Giddens (2002), estamos em um período no qual quanto mais informação, menor é a comunicação. A marca desta Era é que as coisas não valem pelo que elas são. Elas só valem se forem comunicadas, divulgadas pelo sistema de comunicação, se medidas por esse processo. O que garante que as coisas de fato existem é o fato de serem veiculadas pelos meios de comunicação. O poder está em pôr ou tirar de cena nos meios de comunicação.

Já para Perniola (2006), tudo conflui na comunicação de tudo e todos, anulando qualquer tipo de lógica. E aí, a comunicação faz desaparecer a experiência dos opostos que fundamentam o pensamento ocidental.

Assim, não há imaginação possível que concorra com esta velocidade e fugacidade do presente, que já não tem mais passado nem futuro. Para Balandie (1999), refletimos sobre o que vimos e não sobre o que sentimos.

## ■ 2. IMAGENS E TÉCNICA

Balandie (2009) escreve que estamos em um planeta imagens (múltiplas imagens) que nos são expostas excessivamente e diariamente. E sua eficácia reside no poder que elas têm de nos fazer acreditar. Ainda segundo Balandie (1999), a imagem difere da palavra

do texto, pois tem uma capacidade expressiva própria. A imagem põe o poder em jogo, não é neutra, nem frágil ou puro objeto de deleite. É mensageira que atribui sentido.

A imagem é filha da técnica e do saber científico. E com isso, nos remete a dois pensadores alemães que discutiram a problemática da técnica no início do século XX: Walter Benjamim e Günther Anders.

Walter Benjamim (2006) se debruça em compreender como as novas formas de perceber interferem no próprio homem e no cenário urbano em que está destinado a viver numa era da multiplicação, da imagem de massa. Para ele, houve uma dramática substituição da mão (experiência) pelo olho (observação). Mas ele ainda possui uma visão otimista, pois para ele a tecnologia da imagem é um instrumento potencialmente capaz de ampliar o poder do homem de perceber a si próprio e de representar o seu mundo.

Outro pensador, só que não tão otimista, foi Günther Anders, um intelectual alemão da década de 1920 que se preocupou com os temas das técnicas, as imagens, o desaparecimento do único, a televisão e a nova forma de fazer política e história. Ele pensou a força da técnica na segunda metade do século XX e trouxe a ideia do “mal-estar da técnica”, remetendo ao mal-estar na cultura de Freud. Anders inspirou autores como Susan Sontag, Jean Baudrillard, Vilém Flusser, Umberto Eco e Lucien Sfez, além da frase típica de Marshall McLuhan “o meio é a mensagem” já mencionada por Anders em 1956.

Para Anders (1994) os aparelhos nos marcam, não há como escapar. Nenhuma tecnologia é neutra, todas as máquinas provocam, de uma forma ou de outra, mudanças em nós, independentemente de seu uso. E também nos obscurecem, apesar de parecerem nos iluminar: através delas as pessoas se acham esclarecidas, mas não percebem que nada veem.

Ainda segundo Anders (1994), nossas ações deixam de coincidir com nossas concepções morais, fazendo com que construamos mais do que podemos imaginar ou nos responsabilizar, façamos mais do que de fato podemos sentir. Neste desespero de imitação, incorporamos de alguma forma, a irresponsabilidade das máquinas, sua ausência de pressupostos éticos, seu existir puro e simples sem nada questionar. As máquinas não têm medo, não são autônomas e também assim os homens querem viver; sem compromissos éticos, sem responsabilidade com o outro, sem medo. Elas nos tornam incapazes para o medo e, portanto muito mais perigosos.

Para ele, é a torrente de imagens que promove a perda do mundo, o que cria uma insólita situação no homem contemporâneo, que é a do total paradoxo: ser e não ser, tomar o real por irreal e o irreal por real, ver o único somente da perspectiva da série, estar sempre oscilando entre atividade e passividade, sem ser nenhum dos dois. *Medialidade* é um novo estado em que se fica permanentemente no meio, na indeterminação, no vácuo.

Frente a este cenário, diz Balandie (1999), o visível determina a verdade. A exclusividade da visão pela exclusão dos sentidos que atribuem o pensamento ao sensível e às suas explorações mais arriscadas, mais incertas. As imagens reforçam seu efeito pelo excesso, abundância e repetição, pela onipresença. A relação da imagem com o acontecimento e com a temporalidade está subvertida; o primeiro só tem força como momento midiático (seqüência de imagens); a segunda tende a se retrair em proveito do imediato e do efêmero.

### **3. MEMÓRIA E AMNÉSIA**

Para Arbex Júnior (2001), estamos num período da crise da memória. A convivência da amnésia com a memória é o mecanismo fundamental do jogo praticado pela mídia – a qual, basicamente, constitui um imenso banco de dados que, aparente paradoxo, aposta permanentemente no esquecimento como condição básica para apresentar o velho, o já visto, como o sempre novo. A exaltação da novidade cria outro paradoxo: a produção de uma qualidade brutal e incessante de informações também produz a amnésia permanente. Espetacularização da memória. Um desejo irrealizável de experiência e acontecimentos, de autenticidade e identidade.

A intensidade do instante substitui o vivido dramaticamente. A imagem prolixa revoluciona a economia das emoções, cria uma artificialidade emocional, mantém uma febre emocional que ilude a duração. Distrai – e é esta sua principal função em seu emprego mais vulgarizado – , mas ocupa o tempo da distração, reduzindo-a ao estado de decoração visual e sonora das cenas da vida cotidiana. O desfile das imagens impede geralmente de escapar ao seu domínio, de voltar um instante o olhar para o interior de si mesmo e assim reencontrar suas próprias imagens e seus próprios sonhos.

A superabundância de imagens é levada ao extremo do excesso, a velocidade da *performance* e a dificuldade de intervir excitam o prazer da simulação em um extremo em que ele imita alegrias da imaginação criadora. Imagem: poder e ambigüidade (realidade/ficção).

Segundo Arbex Júnior (2001), o simulacro é o esgotamento, a exaustão do mundo vivido, o seu aprisionamento no mundo-clichê. A sociedade se comunica por meio de uma sucessão ininterrupta de clichês e chavões. Mundo que, percebido visualmente, anula a dimensão crítica das ambivalências, das zonas de sombra, da perplexidade e das contradições. É um mundo sem singularidades ou impressões digitais. As mídias dão acesso a tudo, mas simplificando-o para melhor traduzir-lo em espetáculo, mantém uma forma de autodidatismo generalizado, ao mesmo tempo gratificante e enganoso.

Nesse sentido, compartilho da ideia de Baitello Júnior (2003), quando escreve que não somos chamados a ver, somos vistos pelas imagens. Não temos o direito de não olhar, escravos que nos tornamos de nossos olhos. E, com isso, nos despedimos das sagas dos heróis que resistiram aos monstros devoradores e retornaram para produzir suas próprias imagens.

Assim, o imaginário tornar-se-ia uma câmara escura – mal nutrido, mal-educado, mal-preparado para a iniciativa. As técnicas consomem a natureza e as imagens prolíferas engolem a cultura. É destas imagens, de seu acompanhamento pelo fluxo de palavras e sons, de seus excessos, que procedem as configurações do mundo atual. Elas o formulam, constituem-no em um *hipermundo*. Levam tudo e todos em seu movimento, abolindo toda relação com a transcendência e ocultando as referências da realidade que orientam os percussores da vida.

## REFERÊNCIAS

ARBEX JÚNIOR, José. **Showrnalismo**. A notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

BAITELLO JR., Norval. As imagens que nos devoram. In: **Polifônicas Idéias**: por uma ciência aberta. Org. Maria da Conceição de Almeida, Margarida Knobb, Ângela Maria de Almeida. Porto Alegre: Sulina, 2003.

BENJAMIN, Walter. **Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit**. Frankfurt (Alemanha): Suhrkmp, 2006.

BALANDIE, Georges. **Dédalo**. Para finalizar o século XX. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.

GIDDENS, Antony. **Modernidade e Identidade**. São Paulo: Jorge Zahar, 2002.

GÜNTHER, Anders. **Die Antiquiertheit des Menschen**. (I) Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. Munique, Beck, 7. ed, 1994. [Edição original: 1956]. [O antiquismo do ser humano. Vol. I A alma na era da segunda revolução industrial]. Tradução de Ciro Marcondes Filho. Texto disponível no site: <http://www.eca.usp.br/nucleos/filocom>.

PERNIOLA, Mario. **Contra a Comunicação**. São Leopoldo: UNISINOS, 2006.