

PÓS-MODERNIDADE, IMAGEM E REENCANTAMENTO: O PAPEL DA TELEVISÃO.

Ronaldo Sant'Anna

Vivemos sob uma chuva ininterrupta de imagens; os *media* todo-poderosos não fazem outra coisa senão transformar o mundo em imagens, multiplicando-as numa fantasmagoria de jogos de espelhos.

Ítalo Calvino

INTRODUÇÃO

Imagem – do latim *imagine*: representação gráfica, plástica ou fotográfica de pessoa ou objeto; reprodução invertida, de pessoa ou objeto, numa superfície refletora; representação dinâmica, analógica ou digital, de pessoa, animal, objeto, cena, etc. Para o senso comum, imagem é a simples representação de algo que já existe, sem outra referência que não a duplicação do objeto representado, em qualquer suporte que se apresente, papel, tela, meio eletromagnético etc.

De acordo com Barthes (1990), a palavra “imagem” deveria ser ligada à raiz de “imitari”, já que, para ele, a principal questão é saber se a cópia, a representação analógica, pode produzir verdadeiros sistemas de signos e não somente uma acumulação de símbolos. Para Barthes, a imagem traz em si uma natureza lingüística, carrega significados que vão além da duplicidade do objeto, ou seja, vai além da simples função de cópia. A imagem é re-presentação, uma nova apresentação.

Para Maffesoli (1996), o mundo imaginal, o conjunto matricial que transcende e ordena as imagens e experiências, constrói a vida social. Neste universo imaginal, a sociedade passa por contínuas transformações, pela exposição incessante a um número incalculável de imagens.

Já Durand, *apud* Maffesoli afirma que, dentro das sociedades, formam-se constelações de imagens, as quais, apreendidas por determinados grupos, geram microsociedades, que ele denomina de grupos de afinidades morfológicas.

Representação, cópia, signo, ancoragem, conotação, redundância, complementação. Lingüística, sociologia, antropologia, comunicação, psicologia.

São apenas alguns dos muitos conceitos, ou como prefere Maffesoli, noções (já que para ele o conceito é redutor) e áreas que estudam o comportamento humano, estabelecidos por pesquisadores de todo o mundo, que analisam o que se poderia chamar de florescimento da imagem, um fenômeno global e que atinge todos os níveis sociais, adquirindo contornos cada vez mais amplos.

Assistimos a uma proliferação do imagético, sob incontáveis formas e modelos, criando e recriando a realidade a cada instante, através do desdobramento de imagens que chegam incessantemente, numa multiplicidade de meios e canais, os quais crescem exponencial e continuamente, com uma capacidade de expansão que parece infinita.

Esta profusão de imagens que atinge a tudo e a todos exerce enorme influência sobre a cultura, aqui tomada no sentido sociológico. A caudalosa torrente imagética que invade toda a sociedade mostra, sugere, induz, criando novas atitudes, normas, conceitos, valores e comportamentos.

Desenvolvimento

Platão (1990) afirma que a filosofia nasce do encantamento diante das coisas. O homem, ao apreender o mundo, experimentou um contínuo e sempre crescente entusiasmo com o que contatava. Porém, a humanidade vive um progressivo desencantamento com o mundo, que se intensificou no período compreendido entre o final do segundo milênio e o início do terceiro. A sociedade viu aumentar as diferenças sociais, a violência ser banalizada e glamurizada, crescer geometricamente o uso de drogas, disseminar-se o racismo, a intolerância, o individualismo exacerbado. Somente no século XX, duas guerras mundiais exterminaram milhões de pessoas. Inúmeros outros problemas, como a poluição e a destruição do meio ambiente, conduziram o imaginário coletivo para um progressivo desencanto com tudo o que faz parte do nosso tempo. No entanto, talvez como um contraponto do inconsciente coletivo, começou a crescer, a partir da última década do século passado, a necessidade de um reencantamento com o mundo.

A pós-modernidade buscou este reencantamento. E um dos elementos nesta procura foi a imagem, segundo pesquisadores como Maffesoli. Para ele, a imagem funcionou com uma espécie de cola social, sendo um fator de agregação, de sociabilização, estabelecendo padrões e parâmetros comportamentais e de pensamento. O pensamento moderno se caracterizou pela busca do único, do original, do singular, do inédito. A arte funcionava como processo para a descoberta de verdades universais. A modernidade também teve como característica a exclusão, na separação do eu e do outro e na distinção entre cultura elitista e popular. A identidade do sujeito na modernidade plasmou-se como a do criador solitário, pensador e realizador individual da obra artística, centrado no ego. A inovação, a criação, é propriedade daquele que cria.

Já a pós-modernidade, definida por Maffesoli (1999) como “um mundo fragmentado, uma multiplicidade de valores que se colocam um ao lado do outro... uma marca singular concernente ao politeísmo da vida cotidiana”, rejeitou a idéia do novo pelo novo. Na pós-modernidade, o sujeito deixa de ser o autor único da obra, passando a funcionar como um facilitador do processo de criação. Não centra-se mais no ego, não tem mais identidade fixa, essencial ou permanente, assumindo identidades diversas em momentos diferentes. Está em permanente construção e desconstrução.

A pós-modernidade rompe com o conceito de separação, que caracterizou a modernidade, onde forma e conteúdo, natureza e cultura, corpo e espírito se apresentam divididos, isolados. Tudo é incluído, tudo faz parte, tudo pode ser relido, representado, copiado, multiplicado. A multiplicidade permeia a pós-modernidade. Para Maffesoli, a modernidade é *um*, a pós-modernidade é *unicidade*. Um outro aspecto importante é a idéia de tensão entre elementos heterogêneos como elemento basilar da manutenção da estrutura social.

Maffesoli utiliza uma analogia para melhor definir modernidade e pós-modernidade. A primeira representaria a cultura no seu aspecto mais desenvolvido, e a segunda, através de diversos dos seus aspectos, como, por exemplo, o que ele chama de falta de conteúdo dos meios de comunicação, que propicia não informação, mas sim o estar-junto, a comunhão, a fruição, seria a barbárie. No entanto, o termo não contém um juízo de valor. A comparação entre pós-modernidade e barbárie tem o sentido de mudança, a qual acontece em diversos níveis. Os bárbaros pós-modernos assumem um papel renovador na cultura, estabelecendo novos paradigmas, novos meios de comunica-se, de relacionar-se e de viver.

O consumo coletivo das imagens reforça a noção de ser-estar-junto-com, enfatiza o ideal comunitário, aproxima os indivíduos, na apropriação e fruição das mesmas imagens. O contato, consumo e troca destas, através de diferentes aparatos tecnológicos, podem gerar relações, estimular contatos, colocar em presença, física ou virtual, pessoas díspares em termos econômicos, sociais, culturais, políticos, etc., mas que têm em comum a apreciação das mesmas imagens.

Vieira categoriza as imagens em:

- mentais: tudo pode ser colocado nesta categoria. Até mesmo as sensações, como as proporcionadas pelos sons, pela música, pela fala, ou as ciências, como a matemática, a trigonometria ou a geometria, podem ser traduzidas em imagens;
- verbais: engloba a escrita e tudo o que utiliza este meio em diferentes suportes, como livros, jornais, revistas, cartazes, documentos em geral;
- visuais: podem ser subdivididas em três:
 - imagens mecânicas: são as que dependem de um suporte técnico para serem produzidas, como a fotografia ou o cinema;
 - imagens eletrônicas: televisão, vídeo, videoarte;
 - imagens virtuais: são as que utilizam a linguagem numérica para serem produzidas, como as animadas por computador.

Porém alguns questionamentos se impõem. Por exemplo, qual a relação entre imagem e realidade? De acordo com Arnheim, *apud* Aumont (2000), a imagem tem:

- um valor de representação: a imagem representativa é a que representa coisas concretas, de um nível de abstração inferior aos das próprias imagens;
- um valor de símbolo: a imagem simbólica é a que representa coisas simbólicas, de um nível de abstração superior ao das próprias imagens;
- um valor de signo: a imagem serve de signo quando representa um conteúdo cujos caracteres não são visualmente refletidos por ela, como, por exemplo, as placas de sinalização.

Outra questão é: quais são as funções da imagem, isto é, para que fins a imagem é utilizada? Indiscutivelmente, a principal função da imagem é estabelecer relação com o mundo. Arnheim lista três modos principais dessa relação:

- modo simbólico: inicialmente as imagens serviram de símbolos, mais exatamente símbolos religiosos, vistos como capazes de proporcionar acesso ao sagrado. A função simbólica transformou-se no decorrer do tempo, veiculando hoje diferentes valores (democracia, progresso, etc.);
- modo epistêmico: a função de conhecimento também é atribuída à imagem. Ela traz informações sobre o mundo, que assim pode ser apreendido, inclusive em alguns aspectos não-visuais;
- modo estético: a imagem é destinada a agradar seu observador, trazer sensações específicas. Esta função hoje é quase indissociável da noção de arte, a ponto de uma imagem que visa obter um determinado efeito estético poder se fazer passar por uma imagem artística.

Segundo Aumont (2000), a imagem, dentro do ponto de vista das relações com o real, vem da esfera do simbólico, e tem como função primordial garantir, reforçar, reafirmar e explicitar a relação do indivíduo com o mundo visual e, por conseguinte, estabelecer padrões de observação do mundo e, através destes padrões, nele se posicionar.

No entanto, esta relação imagem/indivíduo/mundo deve ser relativizada. A influência da imagem se estabelece de maneira diversa sobre pessoas diferentes. Um exemplo clássico foi a tentativa de Eisenstein, cineasta russo, um dos grandes nomes do cinema mundial, de determinar no espectador as reações emocionais e intelectuais ao assistir a um filme. Eisenstein foi o primeiro a utilizar a montagem de um filme com a intenção de reforçar a idéia central do mesmo. Baseado na reflexologia de Pavlov, e concebendo a imagem cinematográfica como uma combinação de estímulos elementares, definíveis em termos de forma, intensidade e duração, ele imaginava que cada um desses estímulos originava uma resposta por parte do espectador. Assim, através de um complexo cálculo, seria possível prever e, portanto, determinar a reação das pessoas ao assistir a um filme. O próprio Eisenstein percebeu que a teoria, que não tinha base científica, era simplista e não condizia com a realidade. Na seqüência final do filme “A greve”, ele fez uma montagem que mostrava, paralelamente, o massacre de operários pela polícia czarista e

o abate de bois. Ao ver que a seqüência, que geralmente emocionava espectadores urbanos, atingindo assim a intenção pretendida, não exercia efeito algum sobre aqueles que moravam em zonas rurais, acostumados à degola dos bois, ele abandonou a concepção mecânica da influência da imagem cinematográfica, apesar de manter a idéia de influir sobre o espectador através dos filmes.

Um outro aspecto a ser relativizado é o da ilusão. Existem ilusões naturais, como o mimetismo animal, presente na natureza. Porém, quando entramos em contato com uma imagem, esta traz em si, deliberadamente ou não, a condição de criar uma ilusão no receptor, ela reproduz um simulacro de uma situação real. Este é o caso da arte, em todas as suas manifestações, mas, especialmente, no cinema. A projeção cinematográfica necessita da cumplicidade do espectador. É necessário um exercício de abstração para que o espectador se projete no filme. Esta abstração deve eliminar da consciência a presença física em um espaço específico, com pessoas ao lado, e a observação de imagens luminosas, que são projetadas em uma tela branca, colocada á sua frente. Sem contar com o deslocamento até o cinema, a compra da entrada e, cada vez mais, a ênfase no consumo de alimentos na sala de projeção. Para se inserir na trama, identificar-se com os personagens, emocionar-se com a história, chorar com a tragédia ou rir com a comédia apresentadas, o espectador se insere em um processo, para o qual o escritor inglês George Orwell, na sua obra 1984, criou o neologismo *duplipensar*, que é a capacidade de acreditar em duas coisas ao mesmo tempo. Assim o espectador “crê” que as imagens que ele vê, projetadas a vinte e quatro quadros por segundo (velocidade que apresenta as situações com a ilusão de que correspondem ao tempo real) reproduzem a realidade. Ao mesmo tempo, ele tem a consciência de que está em um cinema, sentado em uma poltrona, vendo um filme.

Indubitavelmente, os equipamentos desenvolvidos pela tecnologia, a uma velocidade cada vez mais acelerada, estabelecem uma produção de imagens jamais atingida desde o começo da história do homem.

A tecnologia assume, a partir da modernidade, um lugar destacado e de poder perante a sociedade, torna-se quase uma espécie de religião, que fornece um elo, o qual une adeptos, deslocados em um mundo fragmentado, à deriva. De acordo com Sfez (1994) “a tecnologia ... pretende dominar a sociedade e avaliar por seu parâmetro técnico todas as atividades do mundo terrestre”.

Esta demonização da tecnologia, a visão apocalíptica dos novos meios, a *matrixfobia*, tem defensores, os quais trabalham com argumentos sólidos. Mas parece

ingênuo acreditar que a tecnologia possa representar um poder que pode fugir ao controle, tornar-se onipresente e consciente ou, mais do que isto, onisciente, representando um perigo para a sociedade. Um exemplo disso são os programas televisivos, os quais, distribuídos por diferentes meios, como os satélites, podem chegar aos recantos mais distantes do mundo. Atingem a um público muito diversificado, dos grandes grupamentos humanos que se aglutinam nas grandes metrópoles às pequenas aldeias dos pequenos países, independente da cultura e visão de mundo ali vigentes. Segundo a ótica de diversos pesquisadores, entre os quais se inclui o autor deste texto, esta tecnologia que difunde diferentes culturas, modos de pensar e produzir, ou seja, distintas realidades, pode servir para alavancar o desenvolvimento, oportunizar o incremento da participação popular, contribuir para a preservação das tradições culturais, enfim, para a manutenção da diversidade existente entre os povos, fundamental para que as sociedades possam se reconhecer como únicas mas, ao mesmo tempo, integradas ao mundo.

Por outro lado, os *media* são uma fonte primordial, de construção, desconstrução e reconstrução da realidade. É indiscutível que, entre todos os artefatos tecnológicos, a televisão é hoje o veículo que gera e distribui, a um baixo custo, o maior número de imagens. Estas acompanham, registram, representam e multiplicam o mundo, o cotidiano, a vida em si. Trabalham para estabelecer uma sintonia cada vez mais fina com os acontecimentos, cada vez mais próxima da realidade ou dos seus simulacros. O ritmo cada vez mais frenético que está sendo imprimido à vida é reproduzido pelas imagens televisivas.

De acordo com Nietzsche, o homem é produto da estética e “é só enquanto fenômeno estético que a existência e o mundo eternamente justificam-se”. Assim, a humanidade é participante, ao mesmo tempo criadora e criatura, de um logos coletivo que inventa e supera a si mesmo. O turbilhão de imagens é produzido e produtor, forma e é formado, modela e é modelado. Segundo Artaud, *apud* Maffesoli (1999), o homem “é arrastado para o magnetismo ardente das imagens”. Quando adere às imagens televisivas, quando é encantado pelos estereótipos das imagens publicitárias, ou quando é submerso pelas imagens políticas, ele apenas reconhece os arquétipos do mundo imaginal. Ele experimenta a fruição das mesmas emoções, comunga dos mesmos valores, participa do imaginário social, é autor e ator.

Porém é importante destacar um aspecto, na análise daquilo que chega através da televisão, e que parece estar assumindo um espaço crescente na vida da homem. Esta

espécie de “onda de influência”, que se propaga e distribui em praticamente todos os setores sociais, é a cada vez maior espetacularização das imagens.

De acordo com Debord (1992), toda a vida das sociedades, nas quais predominam as modernas condições de produção, se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que antes era vivido diretamente torna-se uma representação. Porém, para ele, o espetáculo não pode ser compreendido somente como o produto das técnicas de difusão maciça das imagens. O espetáculo é o que Debord chama de *Weltanschauung* que se tornou efetiva, materialmente traduzida. É uma visão de mundo que se objetivou.

Para Debord, “a raiz do espetáculo está no terreno da economia, que se tornou abundante, e daí vêm os frutos que tendem afinal a dominar o mercado espetacular”. O espetáculo é, ao mesmo tempo, o resultado e o projeto do modo de produção existente. Sob todas as suas formas particulares, informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos, o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade. Para ele, a acumulação do capital estende a sua atuação a todos os níveis, sob a forma de objetos sensíveis. Assim, o espetáculo é o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem.

No entanto, aprofundar esta visão economicista do papel das imagens no mundo atual não é o foco deste trabalho.

O que nos interessa é a relação entre a televisão, ainda a grande produtora e reprodutora de imagens (se considerarmos que o acesso à internet é restrito a um número muito pequeno de pessoas) e o mundo. De acordo com Arthur Kroker, *apud* Marcondes Filho (1988), “na cultura pós-moderna, não é a tv que é o espelho da sociedade, mas exatamente o contrário: é a sociedade que é o espelho da tv”.

Peixoto afirma que o mundo agora nos chega pronto como imagem, não havendo mais possibilidade de contemplação: “...as imagens é que dirigem a nós, não (mais) os homens que contemplam o mundo... Esse hiper-realismo implica, na verdade, uma perda do real’.

A televisão, na ânsia de constatar e reproduzir imediatamente tudo o que está acontecendo, acaba substituindo a realidade, produzindo um novo real. Um exemplo disso foi a Guerra do Golfo, no começo da década de 90 do século XX, e que teve um prolongamento na Guerra do Iraque, ainda em curso. A realidade da guerra, para a maioria

da população mundial, foi aquela que a televisão apresentou. Até mesmo os participantes dos conflitos, tanto agressores como agredidos, receberam as informações e, através delas, avaliaram os acontecimentos, a partir da interpretação divulgada pelos *media*. Toda as referências são construídas pelos *media*, o que leva o espectador a como que cumprir uma ação programada, ou seja, uma fruição e um entendimento unidirecional das informações veiculadas.

Segundo Giovannini (1987), “viver com a televisão desenvolve uma série de processos psicológicos e sociais que, com maior ou menor intensidade, manifestam-se de modo semelhante onde quer que seja...”.

Esta “recriação” da realidade passa também pelo que Boorstin categorizou como “pseudo-acontecimentos”, ou seja, aqueles que não acontecem espontaneamente, mas são planejados e provocados, têm como objetivo principal (e às vezes exclusivo) ser registrados e/ou reproduzidos pelos meios.

Para Baudrillard (1987), “o desaparecimento das fronteiras entre ficção e realidade atribuiu à mídia não apenas a capacidade de criar fatos, como também a de criar a “opinião pública” sobre os fatos que ela mesma gerou”. Para ele, a capacidade de “colonização do imaginário” pelos *media* transformou a própria opinião em simulacro.

CONCLUSÃO

Representação, cópia, signo, ancoragem, conotação, redundância, complementação, espetacularização, simulacro, reprodução, recriação. São diversos conceitos, apresentados e discutidos no decorrer deste trabalho, que procuraram mostrar, sob diferentes aspectos, o desenvolvimento daquilo que denomino florescimento da imagem, fenômeno que abrange todo o planeta.

As imagens, especialmente aquelas transmitidas pelos meios de comunicação, principalmente pela televisão, veículo que foi o principal foco deste trabalho, se caracterizaram como elemento axial da pós-modernidade. Observando os conceitos, ou, como prefere Maffesoli, as noções acima referidas, podemos ver que todas se inserem no que definimos como pós-modernidade. O ecletismo, a multidimensionalidade, o pluralismo, a subjetividade, a polissemia, os processos de construção, características do pensamento, da

atitude e da ação pós-modernas, encontram na imagem veículo para expressão e comunicação.

A imagem pode funcionar como um importante vetor na procura do reencantamento com o mundo, de uma certa maneira perdido, pelo contínuo e progressivo surgimento de condições sociais, culturais, econômicas e políticas que conduziram a humanidade em direção ao desencanto. A imagem, que na modernidade teve como característica a exclusão, na pós-modernidade busca a inclusão, a agregação, a sociabilização.

Neste contexto, a televisão, como principal geradora de imagens, à qual praticamente todas as pessoas do planeta têm acesso, tem enorme responsabilidade. Difundir imagens e, conseqüentemente, visões de mundo, ideais e idéias, sob uma ótica baseada na ética, no compromisso com a liberdade, na busca da verdade, poderia (e deveria) ser a tarefa da televisão. É óbvio que seria ingenuidade ignorar as variáveis que compõem a realidade dos *media*, e especialmente a televisão. Como vimos anteriormente, fatores econômicos, políticos, culturais e sociais influem decisivamente sobre este meio de comunicação. Por isso, hoje temos uma enxurrada de produções que procuram atingir a humanidade nos instintos mais básicos, como o sexo e a violência, emoções fáceis de provocar e conduzir.

No entanto, paradoxalmente, talvez seja possível imaginar que esta exacerbação na produção e geração de imagens, levando ao estabelecimento de uma espécie de saturamento visual, possa ter como conseqüência um equilíbrio, na repetição de um ciclo que parece acontecer *ad infinitum* na natureza.

E também imaginar que seja possível projetar para o futuro deste fantástico meio de comunicação, que exige atenção visual e auditiva do espectador, moldando, conduzindo e condicionando o seu pensamento e construindo o seu imaginário, um papel crítico-formativo, além de informativo, passando da condição de instrumento de dominação para se tornar um canal que possibilite ao homem, como preconizava Platão, o encantamento diante das coisas do mundo.

REFERÊNCIAS

AUMONT, Jacques. *A imagem*. Campinas: Papirus, 2000

BARTHES, Roland. *O óbvio e o obtuso*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990

BAUDRILLARD, Jean. *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós, 1987

BOORSTIN, Daniel. *Os criadores: uma história da criatividade humana*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

DEBORD, Guy. *La société du spectacle*. Paris; Gallimar, 1992

GIOVANNINI, Giovanni (coord.). *Evolução na comunicação: do sílex ao silício*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987

MAFFESOLI, Michel. *No fundo das aparências*. Petrópolis: Vozes, 1999

MARCONDES Fº, Ciro. *Televisão: a vida pelo vídeo*. São Paulo: Moderna, 1988

MENEZES, Francisco e DA SILVA, Juremir M. (org.). *Para navegar no século XXI: tecnologias do imaginário e cibercultura*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999.

NIETZSCHE, Friedrich. *Ecce homo: como cheguei a ser o que sou*. São Paulo: Martin Claret, 2001.

PLATÃO. *Obras completas*. Madrid: Aguilar, 1990.

SARTORI, Giovanni. *Homo videns: televisão e pós-pensamento*. Bauru: EDUSC, 2001

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