

A imagem digital como possibilidade de disruptão de estruturas dicotômicas

Digital Images as a Disruption Possibility of Dichotomous Structures

Doris Kosminsky

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil
 doriskos@gmail.com

ABSTRACT

In this text we discuss the disruption possibilities in the contextual structures of occidental dichotomies, considering the changes produced by the new technologies of production, reproduction and consumption of digital images. We believe that the digital image, as a sign system that is less committed to social reality, is capable of producing a critical dialogue, expanding perception and founding a new visual poetic. We start with Belting's iconological triad—image, media, body—to approach hybridization processes that suggest a disruption tendency of old dichotomies.

KEYWORDS: disruption; dichotomy; image; body; media

Neste texto abordaremos as possibilidades de disruptão do contexto estrutural das dicotomias ocidentais a partir das modificações geradas pelas novas tecnologias de produção, reprodução e consumo de imagens digitais. Acreditamos que a imagem digital, por se tratar de um sistema de signos menos comprometido com a realidade social solidificada em produção-consumo, é capaz de produzir um diálogo crítico, ampliando a percepção e fundando espaço para uma nova poética do olhar, assentada sobre a hibridização.

Origem

A cultura ocidental é permeada por um longo percurso de dualidades simbólicas. A dicotomia imagem/palavra, por exemplo, é uma disputa antiga que carrega as contradições fundamentais da nossa cultura, os poderes a que serve e as teorias empregadas para sua crítica. Remete à oposição entre racionalidade e conhecimento sensível na alegoria da caverna de Platão. A pintura era colocada a dois graus de afastamento da verdade e as artes manuais que não utilizassem o cálculo e o raciocínio eram depreciadas. As percepções sensíveis seriam o caminho da ilusão, enquanto a razão seria a via que, através do conhecimento, poderia conduzir à iluminação suprema. Mente e palavra abririam o caminho para a verdade, o

bem e o belo. A dicotomia mente/corpo foi consagrada com o *cogito* de Descartes: o pensamento é aquilo sobre o qual não se pode duvidar.

A dicotomia primeva, mente e corpo, instituída na cultura ocidental envolveu, ao longo do tempo, outras dualidades como natureza/cultura, humano/máquina, produção/consumo, arte/não-arte e real/virtual.

Uma iconologia para a imagem digital

Com o objetivo de analisar a participação da imagem digital na disruptão da estrutura dicotônica ocidental, analisaremos alguns processosiais que encontram ponto de partida na tríade iconológica - *imagem, mídia e corpo* - desenvolvida por Hans Belting (2005).

O termo *iconologia*, embora tenha sua origem no século XVI, remete diretamente à organização triádica criada por Panofsky em sua teoria interpretativa da obra de arte. Posteriormente, Mitchell (1987) ampliou o enfoque iconológico de forma a incluir outros tipos de imagens, tais como mentais e verbais, estruturando a tríade *imagem, texto e ideologia*.

Da tríade anterior, Belting mantém obviamente a *imagem*, substituindo *texto* e *ideologia* por *corpo* e *mídia*, compõen-

tes não-icônicos mais próprios para compreender a significância da imagem. Embora em permanente mutação, *corpo* e *mídia* são considerados elementos constantes no processo de circulação das imagens, na medida em que estas não existem de forma independente nas superfícies ou mentes. Elas acontecem via transmissão e recepção (Belting, 2005). A *mídia* é compreendida como o agente através do qual as imagens são transmitidas - o "como". O *corpo* é problematizado em duplo sentido, considerando tanto o corpo de quem produz ou performatiza, quanto o corpo de quem percebe (Belting, 2005).

A partir da tríade iconológica *imagem*, *corpo* e *mídia* apontamos à tendência de alguns dualismos no sentido da hibridação, evidenciando um paralelo com a disruptão no contexto das dicotomias ocidentais. Ressaltamos que a abordagem de cada um dos elementos da tríade trata-se de uma escolha metodológica que cumpre o objetivo de colocar em evidência os processos disruptivos em uma possível formulação de uma nova poética.

Corpo

O corpo atua na relação constituída pela tríade iconológica nas duas extremidades do processo: produção e recepção. A imagem parte do corpo para chegar ao corpo. Embora ao longo do tempo as mídias venham atuando na mudança da percepção, ainda produzimos nossas imagens (Belting, 2005). Imagem e mídia avançam sobre a construção da identidade do sujeito contemporâneo. São agentes ativos na construção da experiência multissensorial do olhar encarnado que, ao mesmo tempo, "constrói" o objeto percebido.

Na medida em que o objeto-imagem se constrói, o corpo se reconstrói, muda com a experiência e não pode ser considerado "receptor passivo das mídias visuais que o moldaram" (Belting, 2005, p. 311). Neste contexto, Jonathan Crary, ao sugerir que o observador moderno e sua competência perceptiva foram forjados na primeira metade do século XIX através da utilização de aparatos ópticos que requisitavam uma maior participação atentiva e corporal do sujeito, distingue espectador e observador. "Espectador", em acordo com a sua raiz latina *spectare*, é "aquele que vê qualquer ato", o que lhe impinge passividade. O termo *observador* sugere significações mais interligadas ao sentido do olhar ("examinar minuciosamente; olhar com atenção; estudar; espiar, espreitar") como, também, ampliações deste conceito ("cumprir ou respeitar as prescrições ou preceitos; obedecer a; praticar") (Crary, 1992, p. 5). Embora, a partir de atitudes perceptivas diferenciadas, a experiência atua na remodelação do sujeito.

Ao longo da modernidade industrial, a dualidade do processo produção/recepção refletiu-se na construção corpórea dual produtor/consumidor. Com o surgimento e ampliação das mídias digitais, esta relação vem se modificando. O barateamento de hardwares e softwares de produção e o compartilhamento de conteúdos culturais, como laptops, câmeras fotográficas, filmadoras e telefones móveis, colocou em evi-

dência o *prosumer*, ao mesmo tempo produtor e consumidor. É o contexto da produção amadora, de certa forma antecipada em 1937 por Walter Benjamin, a propósito das cartas de leitores publicadas na imprensa como o desaparecimento da diferença essencial entre autor e público, tornada funcional e contingente (Benjamin, 1996).

Mas, a reconfiguração do corpo transcende as relações de produção e consumo. Com os avanços científicos recentes, o próprio questionamento do que constitui o humano e a convergência entre organismos e tecnologias quase ao ponto de se tornarem indistinguíveis, o corpo parece avançar para outro estágio de humanidade. É o surgimento do ciborgue pós-humano que, ao romper com a dicotomia corpo-máquina, reconfigura o corpo na tríade *imagem-mídia-corpo*, confundindo suas fronteiras.

Mídia

A pervasividade da imagem avança através da ubiquidade da mídia. Segundo Mitchell, a mídia está em todos os lugares e em lugar nenhum, assim como o Deus do monoteísmo e a "Matrix" da moderna ficção científica. Ao mesmo tempo, não há possibilidade de abordar a mídia individualmente, sem traçar uma relação direta com as imagens que por ela circulam e os regimes de visibilidade construídos nesta fricção (Mitchell, 2005a).

A concepção de mídia empregada por Belting é mais específica ao determinar o papel de *agente*. Para este autor, a mídia é o "como" através do qual as imagens são transmitidas (Belting, 2005). Apesar desta demarcação, a própria essência da imagem consiste na dificuldade em distinguir o "como" do seu "o quê". A transmissão confunde-se com as funções da imagem e com suas relações simbólicas. A distinção entre a imagem e seu suporte é fundamentalmente uma condição analítica que é construída e que acaba por suscitar uma espécie de competição entre as mídias visuais e as imagens transmitidas. "Quanto mais prestamos atenção a uma mídia visual, menos ela consegue esconder suas estratégias. Quanto menos prestamos atenção a uma mídia, mais nos concentramos sobre a imagem como se as imagens pudesse aparecer por conta própria" (Belting, 2005, p. 305). É neste sentido que *medialidade* e *materialidade das imagens* não se tratam de termos intercambiáveis, configurados sobre a velha distinção entre forma e matéria. *Materialidade* é um termo impróprio para a mídia atual. A mídia é a forma ou transmissor da forma que percebemos. Por outro lado, *medialidade* não pode ser reduzida à tecnologia. A mídia utiliza-se de técnicas simbólicas através das quais transmite as imagens que se fixam em nossa memória coletiva (Belting, 2005). Embora mídia e imagem sejam inseparáveis, a imagem não pode ser pensada como mero produto da mídia. A mediação trata-se de um aspecto essencial de transmissão da imagem, sem a qual nenhuma imagem pode nos alcançar. A mídia é elo na hibridização entre imagem e corpo.

Atento ao processo de reconfiguração das mídias, Mitchell (2005b) afirma que todas as mídias são híbridas, dentro de especificidades complexas que não permitem a rotulação simplista em termos de "visual", "auditivo" e "tátil". Para este autor, qualquer mídia pode ser aninhada dentro de outra, num entrancamento de canais sensoriais. Nesta aproximação entre mídias há o surgimento de novas conexões e um intercâmbio de propriedades em oposição direta ao paradigma modernista focado em detalhar e especificar as linguagens individuais. Neste contexto Manovich (2008) diferencia multimídia da hibridização das mídias. O termo *multimídia*, criado na década de 1990, relaciona-se a diferentes mídias dispostas em proximidade, mas sem interação entre técnicas ou interfaces. Em contraste, na mídia híbrida, as linguagens das distintas mídias caminham juntas, intercambiando propriedades, criando novas estruturas e interagindo profundamente. Deste modo, o computador é apresentado como metamídia: simultaneamente um conjunto de diversas mídias e um sistema gerador de novas ferramentas e novos tipos de mídia (2008).

Concluiremos a discussão sobre o posicionamento da mídia na trilogia iconológica e seu papel na disruptão das dicotomias ocidentais com o termo *intermedialidade* sugerido por Belting (2005). A intermedialidade evidencia as relações construídas entre as mídias, em um jogo em que se espelharam, citam, cobrem ou corrigem umas às outras, não levando necessariamente ao desaparecimento das velhas mídias, mas modificando-as e reposicionando-as em um novo contexto.

Imagen

Vimos que as imagens "acontecem" na negociação entre corpo e mídia e, deste modo, não podem ser percebidas ou apreendidas isoladamente (Belting, 2005). De forma semelhante, Deleuze afirma que "uma imagem nunca está só. O que conta é a relação entre as imagens" (1999, p. 69). Estas assertivas não se colocam no sentido de enfraquecer o potencial da imagem, mas evidenciam a própria dificuldade em individualizar a imagem na tríade imagem-corpo-mídia.

Anteriormente apresentamos como mídia e imagens aderem-se umas as outras. O corpo também faz às vezes de mídia ou imagem: roupas, cabelos, tatuagens e performances podem ser, ao mesmo tempo, a imagem e o seu "como". A imagem do corpo é usada em simuladores cirúrgicos ou bélicos, mas também transfigurada em arte. A imagem atua sobre os espaços virtuais, simulando experiências multisensoriais. Por outro lado, ainda provoca e mete medo. Fricções duais a partir da imagem (imagem/palavra; imagem mental/material) repetem o contexto de entrelaçamentos e hibridizações observados nos demais elementos da tríade iconológica.

Na língua portuguesa não encontramos a distinção entre imagem em sentido amplo e imagem material, como há no inglês entre *image* e *picture*. Mas, como mostra Belting, há que se observar o dualismo existente entre as imagens físicas e men-

tais, na medida em que as imagens não somente espelham um mundo externo, como também representam as estruturas essenciais do nosso pensamento (Belting, 2005).

A dualidade entre palavra e imagem transcende eventuais distinções entre dois tipos de signo para retomar a dicotomia primeva, mente e corpo, evidenciando a orientação lingüística do sistema educacional ocidental que muitas vezes ainda parece impor uma forma de pensamento que ignora a influência das imagens da televisão, cinema, publicidade e internet. A remodelação deste quadro recebeu o nome de "virada imagética" (*pictorial turn*) (Mitchell, 2008). Mitchell coloca a imagem como um modelo para diversos outros processos, assemelhando-se com algum ponto entre o paradigma de Kuhn e a anomalia. Sempre que há uma transformação na base técnica de produção e circulação da imagem, como aconteceu com a invenção da fotografia, do cinema, da TV e agora, com a imagem digital, uma nova onda de questionamentos se instala, com seus encantos e temores. Neste contexto, a virada imagética é algo cíclico. Para Mitchell (2008), a característica diferenciada da virada imagética presente no contexto das mídias digitais é que ela se faz acompanhar de uma remodelação na psicologia humana e no comportamento social e é, dentre outros, neste processo de remodelação que as novas configurações entre imagem, corpo e mídia começam a romper com as tradicionais dicotomias ocidentais.

Conclusões

Neste texto abordamos as evidências de disruptão das dicotomias ocidentais a partir das modificações geradas pelas novas tecnologias de produção, reprodução e consumo de imagens digitais. A nova dimensão tecnológica possibilita ao produtor-consumidor a realização de interferências, deslocamentos e recombinanças do conteúdo material imagético distribuído pela mídia ou produzido de forma independente, regurgitando-o artística e criticamente de volta à sociedade.

Empregando os elementos da tríade iconológica (*imagem, corpo, mídia*) formulada por Belting, analisamos processos através dos quais estruturas dicotômicas vêm deslocando-se no sentido de uma formulação híbrida.

Em lugar de reconhecer o lugar comum de uma propagada "sociedade das imagens" ou da percepção ilusória, a imagem como simulacro temida através dos séculos, procuramos evidenciar seu papel na crescente hibridação de processos e modos alternativos de organização do pensamento e da realidade, ampliando a percepção e fundando espaço para uma nova poética do olhar.

Referências

Belting, H. (2005). Image, medium, body: A new approach to iconology. *Critical Inquiry* 31. The University of Chicago Press, Winter, Chicago. pp. 302-319.

Benjamin, W. (1996). A obra de arte na era de sua reproduibilidade técnica. *Obras escolhidas. Magia e técnica, arte e política*. Brasiliense, São Paulo.

Crary, J. (1992). *Techniques of the Observer: On Vision and Modernity in the Nineteenth Century*. The MIT Press, Massachusetts.

Deleuze, G. (1999). *Conversações*. Editora 34, São Paulo.

Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. The MIT Press, Cambridge and London.

_____. (2008). *Software Takes Command*. Recuperado em 7 de maio de 2010, de <http://www.softwarestudies.com/softwarebook>

Mitchell, W. J. T. (1987). *Iconology. Image, Text, Ideology*, University Of Chicago Press, Chicago.

_____. (2005a). *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*, University of Chicago Press, Chicago.

_____. (2005b). There are no visual media. *Journal of Visual Culture*. 4 (2), 257-266.

_____. (2008). Visual Literacy or Literary Visualcy?. Elkins, J. *Visual Literacy*, Routledge, New York.