

Leitura de imagens¹

Uma imagem não vale mil palavras,
ou outro número qualquer. As palavras são a moeda
errada para a troca por uma imagem.
Donal Davidson²

Por

S.Squirra

Recentemente, o grande educador e escritor Rubem Alves afirmou que não conhecer “nenhuma pessoa que tenha sido convencida pela verdade da ciência. Conheço muitas, entretanto, que foram mortalmente seduzidas pela beleza da imagem”³. Esse raciocínio traz um ingrediente polêmico na sua parte primeira, mas aproveitarei a segunda como elemento que ajuda a pavimentar o caminho que pretendo trilhar neste texto, que é o universo da imagem.

A comunicação audiovisual compõe parte importante da cultura dos nossos tempos. Nesta, a imagem tem papel extremamente importante. Todavia, quando se fala de imagem, logo vem à cabeça a imagem estática, uma pintura ou fotografia, normalmente um “recorte” do meio ambiente humano e presente nos quadros pendurados nas paredes. Mas, em sociedades que têm meios de comunicação tão abundantes como o cinema e a televisão, as imagens estáticas separadas perdem valor, redirecionando a atenção para o conjunto dessas imagens quando presentes na comunicação cinética. A comunicação com imagens em movimento é a base da estrutura e das formas de expressão mais abrangentes existentes nos dias atuais. Pouco conhecida, e mesmo pouco compreendida, tem recebido todo tipo de análise da parte dos pesquisadores.

Assim, e apesar de comungar das afirmações pontuadas na primeira referência deste texto, permito-me navegar na direção da reflexão transversal, com o resgate de uma frase que tem larga circulação em nossa comunidade, a que afirma que “uma imagem vale mil palavras”.

¹ Texto publicado no livro **Sociedade midiática – Significação, mediações e exclusão**, organizado por Dirceu Lopes e Eugênio Trivinho, Editora Universitária Leopoldianum, Santos, 2000, v.1, p.105-127, ISBN 8586434116

² D.Davidson. *Inquires into thruth and interpretation*. In Neiva, Jr. A imagem, p.13

³ Alves, Rubem. *Caro senhor Roberto Marinho*, Folha de S.Paulo, 11.03.98, p.3

De fato, esta praticada frase tem grande aceitação popular. Todavia, ousou discordar, me apoiando no primeiro autor quando este pontua que “as palavras são a moeda errada para a troca por imagens”. Isto, apesar de reconhecer o extraordinário papel desempenhado pela informação icônica na sociedade moderna. Mas, justamente por isso, entendo que existe área ainda obscura na compreensão do processo imagético na transmissão de conteúdos. E, para explicar o que entendo por isso, resgato outra frase que está amalgamada na consciência coletiva brasileira, a de que “o Brasil não é um país sério, como já dizia o presidente francês”. Concentremo-nos na frase que surgiu na época da Guerra da Lagosta, supostamente dita por Charles de Gaulle. Intrigado com a facilidade com que certas frases se consolidam, fui à procura de maiores dados sobre este fato. No livro “Um embaixador em tempo de crise”⁴, e em entrevista com o jornalista Luiz Edgard de Andrade, que era o correspondente do Jornal do Brasil na França, na época, descubro que não foi bem assim. O embaixador Carlos Alves de Souza afirma que a frase é dele⁵, embaixador, e não do presidente francês. Entretanto, consolidou-se a versão difundida por alguém, em algum local, e espalhada no tempo por todos os rincões do país, passando a fazer parte da cultura popular. Isto revela que muitas expressões dúbias são transmitidas oralmente e amplamente aceitas, mesmo carecendo de sustentação histórica e científica, tornando-se “imagens-verdades” impressas nas mentes das pessoas. São conceitos (compostos por palavras) que criam imagens. E essas “imagens frescas” são transmitidas com outras palavras, gerando conceitos novos. Por isso, a importância de centrar foco nesses dois tipos diferentes de expressão: as palavras e as imagens.

Apesar de discordar que “uma imagem vale mil palavras”, reconheço a preponderância da imagem, quando esta é comparada às palavras. Isto se deve, principalmente, pela velocidade da vida moderna, pela enorme concorrência dos meios de expressão e pela escassez de tempo a qual estão todos submetidos. Temos pressa e avidez de informações objetivas e simples já que o homem experimenta a mais expressiva concentração de estímulos de comunicação com o uso de imagens de sua história. Ele está soterrado sob uma gigantesca densidade de mensagens visuais. Mas, já que não concordo com o conceito que “uma imagem vale mil palavras”, replico com uma questão: e quantas imagens valem uma palavra? Esta instigação segue no sentido de entender o que acontece com a mente quando se ouvem as palavras. Por exemplo, escrevo: sabor.... O que sucedeu? E mais: prazer,... amor, ... solidão,... planície,... áspero. O que acontece com a percepção? Quantas imagens são criadas? O que percebo é que são palavras que provocam sensações das mais distintas dentro da alma, e que são diferentes em cada ser. De fato, despertam imagens seguramente particulares na mente de cada um.

Sabemos que a cultura icônica depende das experiências vivenciais e universos culturais pessoais, mas também da força intrínseca das palavras, quando originadas por essas. Ademais, as palavras significam -e, por tabela, despertam- tipos diferentes de estados emocionais. Por exemplo: as palavras carinho, ... compreensão, ... beija-flor, ...pôr-do-sol. São palavras que evocam imagens positivas, calmas, aconchegantes. Mas,

⁴ Souza, C. A. de. Um embaixador em tempos de crise, S.Paulo, Francisco Alves, 1979

⁵ idem, p. 317

posso grafar: caos,...vampiro,... assaltante,..., rugosidade, ... angústia, ...dor. Que nos levam na direção contrária, com imagens que têm valores agregados correspondentes.

E aqui vale um desafio simples: e se tivéssemos que traduzir -com novas palavras- os estados emocionais despertados por essas palavras? Primeiro, por certo, usaríamos muitas outras palavras. Segundo, que ao analisar a descrição textual, certamente ficaríamos decepcionados com as palavras escritas, pois estas se revelarão insuficientes para explicar o que vivenciamos ao ouvi-las. O que se vai perceber é que, de fato, as palavras não são comparáveis às imagens e nem as imagens são “superiores” às palavras. Cada uma tem sua função na vida do homem e estimulam partes diferentes dos sentidos, cumprindo cada uma seu papel comunicacional.

O processo de apreensão das informações oriundas do espaço em que vivemos se dá de forma múltipla, com elaborações várias, nas quais as representações pictórico/iconográficas compõem parte significativa do processo de aquisição de conhecimento. E de expressão: a informação visual é o mais antigo registro da história humana. E hoje, alfabetizado ou iletrado, o homem é constantemente bombardeado por uma enorme quantidade de informações visuais que atingem seus olhos constantemente.

Vemos com imagens. Essa é uma singela afirmação, até fácil de aceitar, já que nossos olhos, considerados a nossa principal “porta” de tomada de contato com o mundo exterior, “escaneiam” o mundo, codificando seus elementos, sejam eles, conhecidos ou não. O inglês John Berger lembra que o ato de “ver precede as palavras. A criança olha e reconhece, mesmo antes de poder falar”⁶. Por outro lado, nossos *sentidos criam imagens*. Se, de olhos fechados, tocarmos um objeto desconhecido (ou mesmo conhecido, como um pão, por exemplo), criaremos uma imagem do mesmo, limitada, é certo, pois ao abrirmos os olhos a imagem feita no cérebro certamente não será idêntica àquela que nossos olhos estão captando (o pão poderá estar mais ou menos tostado, por exemplo). Todavia, as imagens familiares serão facilmente entendidas e as estranhas serão “embaladas” para futura análise, visando à sua reelaboração e compreensão. Mas todas são armazenadas, passando a integrar a “cultura” de cada ser. Acreditamos no que nossos olhos veem. Ou melhor, dependemos deles.

Nesse processo, percebe-se que o comportamento humano apresenta uma tendência ao uso e reconhecimento da informação visual, pelo caráter “direto” e a proximidade desta com a experiência real. No livro *A sintaxe da imagem*, Donis Dondis argumenta nessa linha, apresentando raciocínio interessante:

“Quando a nave espacial Apolo XI alunissou, e quando os primeiros e vacilantes passos dos astronautas tocaram a superfície da lua, quantos, dentre os telespectadores do mundo inteiro que acompanhavam a transmissão do acontecimento ao vivo, momento a momento, teriam preferido acompanhá-lo através de uma reportagem escrita ou falada, por mais detalhada e eloquente que

⁶ John Berger. Modos de ver. p.9

ela fosse? Essa ocasião histórica é apenas um exemplo da preferência do homem pela informação visual”⁷.

Falamos com imagens. Na oralidade, comunicamos com a descrição de imagens, que se encontram “embutidas” (atreladas?) nos significados das palavras presentes nos discursos. Metafórica ou literalmente, o diálogo é uma tentativa do emissor de transmitir ao receptor como ele “vê” determinadas coisas. É o intuito de expressar ao interlocutor uma realidade visando “imprimir” na mente deste uma cópia das coisas que o enunciador concebeu, para que este “veja” as mesmas coisas. E isso se dá com o emprego de palavras, que criam imagens. E esse parece ser o princípio da comunicação. Então, ao emitir os sons correspondentes às palavras, o enunciante tenta passar sua “visão/interpretação” a alguém que, por seu lado, tenta “ver” as mesmas coisas. O receptor da mensagem realiza extraordinário processo de decodificação/codificação, comparando e armazenando em “gavetas” próprias, se os assuntos são de seu domínio. De outra forma, e no caso de serem novas, deverá criar arquivos frescos. Assim, se os relatos textuais-imagéticos criados na mente do receptor são conhecidos para o próprio, este armazena as imagens com uma cópia “idêntica” àquela existente na cabeça do enunciador (questiono se isto é possível). Se os conceitos não forem familiares, o receptor criará seu modelo particular, a partir da absorção do relato do emissor.

Houve um tempo em que assimilávamos conteúdos, prioritariamente através desse modelo oral. Neste sentido, Pierre Lévy lembra que

“nas sociedades orais, as mensagens linguísticas eram sempre recebidas no tempo e lugar em que eram emitidas. Emissores e receptores compartilhavam uma situação idêntica e, na maior parte do tempo, um universo semelhante de significação. Os atores da comunicação evoluíam no mesmo banho semântico, no mesmo contexto, no mesmo fluxo vivo de interações”⁸.

A partir das interações vividas neste período e visando evitar os “ruídos” na transmissão dos conteúdos, costuma-se reforçar a comunicação com o uso de expressões corporais distintas (faciais, com as mãos, emitindo sons etc.). Aliás, o alfabeto dos surdos é expresso com o movimento das mãos. No processo da comunicação, a mente é frequentemente estimulada por uma série de elementos sensoriais “paralelos” (e nem por isso, menos importantes) tais como: odor, tato, entonações, ruídos particulares etc. Nesse processo, é comum perceber que o cheiro de um perfume estimula nossos sentidos e nos remete, por exemplo, a uma pessoa específica, que pode estar há muito tempo distante do nosso cotidiano. O mesmo acontece com o cheiro de uma comida, de um tipo de flor etc. Por outro lado, se uma palavra for emitida de forma mais pausada (ou mais baixa) seguramente nos fará interpretá-la diferenciadamente, que se a mesma for expressa forma original. Isso, sempre num procedimento de criação de imagens, ou de recuperação de ícones arquivados. Não é à toa que quando encontramos uma pessoa brilhante, dizemos que ela é “visionária”, palavra que lembramos é derivada de visão.

⁷ Dondis, D. Sintaxe da linguagem visual, p.6

⁸ Lévy, P. Cibercultura, p.114

Por causa da transfronteirização da maioria dos elementos presentes na civilização, pode-se afirmar que a imagem é universal. Todavia, limitações culturais podem impedir a compreensão desta, pois existem as manifestações “regionalizadas”. Exemplo: uma flor, ou mesmo um galho de árvore pode ser um elemento desconhecido para alguns. Pesquisadores revelaram que os habitantes da Sibéria (que fica 95% do tempo sob o gelo e sem a presença do sol) não conheciam as plantas, flores e os frutos que nascem nas árvores (um cientista importou algumas espécies e construiu um herbário climatizado para ampliar o conhecimento dos seres sobre os produtos culturalmente distintos daquela região). Então, se falo ou escrevo: “a árvore é importante para a vida das pessoas”, para seres de uma comunidade que não conhecem este recurso natural, a comunicação não será eficiente. Mas, a imagem da lua é bem conhecida podendo ser “entendida” em várias partes do globo. O afetivo movimento da cauda de um cachorro também pode ser universal.

Contraditoriamente, e por estar umbilicalmente ligado à língua (que é um elemento delimitador de espaços e cultura), o texto (e, por tabela, o código oral) configura-se como um elemento de expressão territorializado, sendo por isso, limitado. Reforçando este conceito, Dondis acrescenta um dado curioso: o de que existem mais de três mil línguas em uso corrente no mundo, todas elas independentes e únicas (p.16). Na relação imagem/oralidade constata-se que a principal diferença entre os dois recursos é que o número de elementos disponíveis para os atos linguísticos é finito. Neiva lembra que “mais cedo ou mais tarde, o ciclo estará completo e o falante repetirá os sons já emitidos. A imagem caracteriza-se por proliferar sem que haja um horizonte que limite sua ocorrência”⁹. É por isso que se pode agrupar as palavras em um dicionário. Por outro lado, fazer um dicionário com o universo das imagens não é tarefa fácil.

Superando a questão da limitação dos códigos orais, destaco que o texto falado (indo do cordel ao teatro) é pura imagem, pois as informações orais são passadas com enunciados que desencadeiam imagens para sua compreensão (tal carro, tal fruta, tal pessoa). Foi o que aconteceu com uma informação amplamente transmitida e que, por certo, encontra-se na maioria das mentes dos cidadãos: a de que o Brasil é uma “potência televisiva”, pois sedia a 4a. rede de televisão do mundo. Esta informação foi originalmente veiculada no NYTimes de 13 de dezembro de 1984, tinha o título *On tv, Brazil is getting a clearer picture of itself* e levou muita gente a acreditar que a nação estava conquistando sua alforria comunicacional, estando inscrita no “primeiro mundo” audiovisual. Isto é obviamente, um exagero e depende do ponto de vista. A matéria destacava o sucesso de vendas das novelas brasileiras no mundo, de irrecusável valor comercial, aliás. Mas, isto não é suficiente para tornar a indústria cultural do país superior àquela de boa parte do resto do globo. Senão, vejamos: se olharmos o número de integrantes ou de audiência cativa, outras estruturas mundiais de TV, como a rede soviética, chinesa, mexicana ou indiana são seguramente tão ou mais significativas que a Globo. O *Vrêmia*, principal telejornal soviético, por exemplo, tinha 4,5 vezes mais audiência que o JN: 180 milhões contra 40 milhões de telespectadores. Se comparada à

⁹ Neiva Jr., Op. Cit., p.13

mexicana Televisa, a Globo era superada em muitos pontos: tinha quase a metade do número de funcionários desta: 1/4 do número de horas de programação produzidas no ano etc.¹⁰. A extensa difusão realizada -e a acolhida deste fato por todos- fizeram com que muitos acreditassem no que ouviam e confirmassem, inclusive, que o “próprio NYT reconheceu isto”, amalgamando uma imagem estereotipada que os brasileiros costumam oralmente transmitir. Tudo porque confiamos nas imagens criadas a partir da audição de informações orais que nos despertem confiança, conforto ou esperança. E, também, como neste caso, muito patriotismo deslavado. Pela percepção deste comportamento humano, aproveito para resgatar uma frase de Bertrand Russel que constatou que “*as pessoas são conduzidas por símbolos e frases*”.

A dança se expressa com imagens. Os movimentos corporais (e as vestimentas, música/sons, iluminação, maquiagens, adereços etc.) estimulam nossa compreensão, permitindo livre assimilação de conteúdos e sentimentos. As “expressões” desta forma nos embalam e satisfazem, significando mesmo sem palavras (muitas vezes, sobretudo sem elas!) ou outros tipos de reforços expressivos. Aqui, a imagem do artista (com as vestimentas, cenários, movimentos e dramaticidade) pode ser soberana, mesmo na ausência de sons e músicas. Vemos, entendemos, assimilamos, somos “embalados” na história e, no fim do bombardeamento expressionista, nos deleitamos. Ou sofremos com o “recado”, recebido através da experiência imagética vivenciada.

Imaginamos com imagens. Lamento a redundância, já que a palavra imaginação quer dizer “construir com (ou produzir) imagens”, nos remetendo ao conceito de memória. Por contradição, esquecer representa o vazio, que advém da não produção de imagens, trazendo a questão da não-memória. Neste sentido, pode-se afirmar que construímos continuamente um “museu de imagens” em nossas cabeças, com uma multiplicidade estonteante de significantes visuais. No Aurélio, imaginar quer dizer “faculdade que tem o espírito de representar imagens”. Ou ainda, “faculdade de evocar imagens de objetos que já foram percebidos.”. O linguista (o Aurélio pessoa e não o dicionário) indica que o “entendimento da imagem” requer conhecimento anterior, sugerindo para a imagem uma trajetória. Com o que concorda Eduardo Neiva Jr., para quem a “imagem tem sempre uma história”¹¹. Como as narrativas são o desencadeamento de fatos (imagens!), Neiva insinua que a uma imagem antecede outra, como numa sessão cinematográfica. Mas, deixemos a expressão cinética um pouco de lado e resgatemos uma imagem-conceito conhecida, que se encontra presente em muitas mentes e que todos gostam de usar: o princípio de “linha de montagem”.

Ao evocar este processo dizendo as palavras “linha de montagem” (que é o evento mais evidente da revolução industrial do início do século), é comum “criar imagens” de que Henry Ford foi o introdutor dessa metodologia de produção, ao implantar tais procedimentos na fábrica da cidade de Highland Park, Estado de Michigan, nos EUA, quando da montagem do famoso Modelo T. Imaginamos os operários em fila realizando tarefas imutáveis e responsáveis por atividades estanques e cansativas, tais como robôs. Todavia, Witold Rybczynski, num texto brilhante alerta que

¹⁰ Veja, 31 de julho de 1991

¹¹ Neiva Jr., Op. Cit., p.6

“Na verdade, Henry Ford não foi o primeiro a utilizar uma linha de montagem. Cento e trinta anos antes, Oliver Evans, um mecânico de Delaware, construiu na Flórida, EUA, um moinho de farinha que utilizava diversos engenhos movidos a roda d’água para transportar os grãos de um processo de moagem para outro. Em 1804, a Marinha britânica construiu uma fábrica de biscoitos para abastecer seus navios na qual cinco padeiros, cada um realizando uma etapa da operação, trabalhavam em linha. O inventor suíço Johann Georg Bodmer construiu diversas fábricas têxteis na Inglaterra na década de 1830, nas quais as estações de trabalho fixas se conectavam às outras por sistemas mecânicos de transporte. Até mesmo os trilhos elevados que transportavam os chassis dos carros de uma etapa de montagem para outra na fábrica Ford não eram originais, mas baseados num engenho utilizado para transportar as carcaças de animais nos frigoríficos de Cincinnati”¹².

Quer dizer, “imaginamos” um processo que, por algum desfoque cultural, nos foi transmitida com pouca precisão, já que, de fato, Henry Ford foi somente o responsável pela conceituação do carro como transporte popular. E a linha de montagem o barateava, permitindo o acesso das massas ao veículo individual.

Sonhamos com imagens. Nossa mente sistematiza histórias com imagens. Envolvemo-nos nas situações oníricas, ora sendo personagens, ora testemunhas destes. Assim, um “filme” se desenrola numa sucessão de imagens quando, desacordados, navegamos em nossa mente. em nossa mente.

Lemos com imagens (ou as páginas não são “imagens”?). Neste texto venho martelando que as palavras têm relação direta com as imagens. Desmond Morris lembra que *“a escrita, que é um subproduto formalizado do desenho, bem como a comunicação oral, desenvolveram-se, evidentemente, como os nossos principais meios de transmitir e conservar informações”*¹³.

De fato, a leitura de um texto desencadeia um processo no interior da mente dos leitores, transformando estes “inputs” em aquisição de conhecimento. Dessa forma, na relação imagem/texto, algumas limitações da expressão escrita precisam ser destacadas. Para entender os textos, é necessário que o leitor: a) saiba ler (os analfabetos não decodificam os textos, todavia, entendem as imagens); b) que conheça os caracteres utilizados na escrita (mesmo para os letrados, o árabe, o chinês etc, podem significar formas de analfabetismo) e, c) que compreenda a contextualização da linguagem adotada (os textos de matemática, de física quântica, as explicações científicas da teoria do caos ou as letras das músicas *hip-hop* podem não dizer muita coisa para boa parte dos cidadãos, mesmo alfabetizados).

¹² Rybczynski, W. A linha de montagem. In Nosso tempo, a cobertura jornalística do século, O Estado de S.Paulo, p.76

¹³ Desmond Morris. O macaco nu, p.119

Os livros contêm gravuras, fotos e ilustrações. E aqui vale um adendo especial ao livro infantil, onde, do projeto gráfico às ilustrações e equilíbrio na distribuição dos textos e imagens, se comunicam conteúdos de riqueza particular, estabelecendo extraordinário diálogo e simbiose com os adolescentes. Todos estes elementos de significação estimulam nossa mente criando grandes bancos de dados pictóricos. Como a decodificação dos valores contidos nas palavras é particular e distinta, é comum constatar que ao ler um romance e ver sua versão “transcodificada” em outro suporte como no cinema por exemplo, (ou numa série de TV), geralmente ficamos insatisfeitos com o “recorte” do Diretor ou com o desencadear das ações. E até com os cenários (em externas ou estúdios), os atores escolhidos, as vestimentas, a iluminação, as entonações vocais etc. E aqui, vale uma “ilustração” (mais imagens!) para esse argumento: quando o diretor Jean Jacques Annaud finalizou o roteiro do filme *O nome da Rosa*, submeteu este trabalho ao autor do livro, Umberto Eco, que declinou de interferir no processo, afirmando que “meu livro é meu livro, teu filme é teu filme. O filme não é uma adaptação exata do livro, porque na leitura cada um faz a sua própria imagem mental”¹⁴. Veja (êpa, mais imagem!) que Eco fala de “imagem mental,” demonstrando extremada sabedoria e muita consciência quanto às distintas formas de expressão.

As expectativas e crenças também são estruturadas com estímulos visuais. O escritor Daniel Boorstin escreveu que

Quando nós pegamos nosso jornal no café da manhã, nós esperamos –mesmo demandamos- que este nos traga monumentais acontecimentos desde a noite anterior. Nós ligamos o rádio do carro no caminho para o trabalho e esperamos as notícias que tenham ocorrido naquela manhã, desde que o jornal foi para as rotativas. De volta ao lar no fim do dia, temos a expectativa de encontrar que nossa casa não somente nos proteja, esteja quente para nos acolher no inverno e fria no calor, mas que ela nos relaxe, nos dignifique, que nos embale com uma música leve e com passatempos interessantes, que seja um playground, um teatro e um bar.”¹⁵

Neste texto, Boorstin se refere aos valores intrínsecos da sociedade norte-americana. Mas, no recorte feito, é possível perceber que a grande maioria das “expectativas extravagantes” (título do texto, em inglês) do povo do norte também está presente no dia a dia das demais sociedades, já que estas são fruto da robotização comportamental presente nos grupos organizados, sobretudo no cenário globalizante deste início de século. Independentemente disso, reforço que as expectativas (para mim, esperanças com imagens!) são em si, criações mentais preponderantemente organizadas pictoricamente. Ao criar a expectativa de pegar o jornal, tomar café, ler as notícias etc. se está, de fato, resgatando e sobrepondo imagens guardadas nos arquivos organizados que armazenam dados da cultura, dos hábitos repetitivos e do comportamento humano vivenciado. Assim, a forma como vemos as coisas que nos envolvem é afetada pelo que

¹⁴ “O nome da Rosa”. Folha de S.Paulo, 27.05.87

¹⁵ Boorstin, Daniel. *The image, a guide to pseudo-events in America*. N.Iorque, Atheneun, 1987, p.3

sabemos, pelo que acreditamos, mas também pela sua familiaridade e utilidade. O fogo, por exemplo, seguramente significou uma coisa diferente para nossos antepassados na Idade Média, do que representa para o cidadão nos dias atuais.

Vários estudiosos se preocuparam com os valores e significados das imagens. Os psicólogos da Gestalt, por exemplo, liderados por Rudolf Arnheim, enfocaram a percepção humana, estudaram a qualidade das “unidades visuais individuais” e como estas se relacionam com a totalidade da obra. Aprofundaram o entendimento do *como* e o *que* as artes visuais “comunicam”. De forma semelhante, o pintor Wassily Kandinsky postulava, por exemplo, que a imagem apesar de estanque, permite significações diferentes das partes, vis-à-vis o seu todo e formulou uma teoria sobre os diferentes sentidos do interior e das bordas das imagens. Ele propôs a divisão da imagem em quatro partes, afirmando que a parte superior, cria uma tensão em direção ao céu; a esquerda, uma tensão na direção do distante; a direita, tensão ao que chamou de casa e a parte inferior, tensão em direção à terra¹⁶.

Na expressão visual os elementos básicos, a partir dos quais obtemos matéria-prima para todas as escalas de inteligência visual são: o *ponto* que é a unidade visual mínima; a *linha*, a construtora da forma; a *forma*, que são os volumes básicos; a *direção*, representando os movimentos internos; o *tom*, a luminosidade; a *cor*, o componente cromático; a *proporção*, a interação relativa dos volumes, além da *dimensão* e do *movimento*. Resgato estas questões para explicitar que, para a compreensão das imagens, é necessária justamente uma certa “alfabetização visual”, que está, para alguns, diretamente ligada ao alfabetismo verbal. Por causa disso, advoga-se que as melhores mensagens visuais são aquelas simples, de codificação banal, realistas e, portanto, de fácil entendimento. Aliás, existem pesquisadores que estão propondo o “alfabetismo visual universal” e, para isso, criaram o Isotype. Trata-se de um dicionário que, em vez de palavras, usa imagens diagramáticas bem simples, na procura por uma uniformidade dos dados de informação. Aqueles que viajam por culturas diferentes sabem da utilidade desse tipo de comunicação visual.

A pintura foi durante muito tempo, a forma mais consistente de retratação dos fatos e personagens dos diferentes períodos. Todavia, a tomada de consciência quanto aos “aprisionamentos” da perspectivas nos quadros mudou tudo, pois essas eram criadas com os recortes (a angulação) do olho do artista, que funcionava então, como o aceitável centro do mundo visível. No livro *Modos de ver*, John Berger afirma que “*a contradição intrínseca na perspectiva ela estruturar todas as imagens da realidade na direção de um único espectador que diferentemente de Deus só podia estar num lugar a cada momento*”¹⁷

Esta limitação vai, mais tarde, favorecer a chegada da máquina de fazer “pinturas” libertando finalmente o homem do recorte unilateral do artista. A partir daquele momento, as perspectivas (os recortes do real) passam a depender individualmente de cada ser humano apertando o obturador de uma máquina fotográfica. A chegada da

¹⁶ Wassily Kandinsky. Point, ligne, plan: pour une grammaire des formes, p.136

¹⁷ John Berger, op. cit., p.18

câmera mostrou que já não se aceitava mais a “ótica única”. Advoga-se que esse equipamento tornou-se o primeiro instrumento técnico a democratizar o fazer artístico.

A fotografia é a mecanização da arte de captar imagens processo que adveio da construção manual de imagens até então existente na pintura. A fotografia é, de fato, decorrência do desenvolvimento da pintura renascentista, a partir das experiências de Leonardo da Vinci, com sua câmera escura. No século XV, da Vinci constatou que um pequeno buraco existente na parede de um prédio situado na sombra, projetará todos os objetos externos iluminados pelo sol na parede branca paralela a esta, dentro de um quarto escuro. As imagens do exterior serão visíveis invertidas na parede interna. Estava descoberto o princípio da câmera fotográfica. Em 1550, o matemático italiano Jerome Cardano adaptou uma lente de vidro no orifício de uma câmara escura, como também, aliás, propuseram da Vinci, aumentando consideravelmente a luminosidade e a nitidez das imagens. Se essas descobertas de da Vinci e Cardano não implantaram a câmera, pelo menos ajudaram muitos retratistas e pintores da época. Senão vejamos:

“Na época era comum que reis duques burgueses de toda a soft e grandes proprietários quisessem ser retratados individualmente ou com seus familiares e animais de estimação para isso iam até os Campos para passear e ser documentados pelos artistas mas as dificuldades eram muitas já que as pessoas iam ser moor imortalizadas tinham que ficar longos intermináveis períodos imóveis para que pudessem ser captadas como princípio Descoberto por da Vinci e aperfeiçoado por Cardano tudo ficava mais simples bastava carregar para o local uma grande estrutura no quarto escuro e colocar os retratáveis na frente da parede com a lente o tempo de imobilidade foi drasticamente reduzido e os retratados ficaram mais fiéis à sua forma original a Câmera escura estava praticamente descoberta”¹⁸

Faltava somente o desenvolvimento de uma solução química que gravasse sem a mão do homem, as imagens a serem reproduzidas. O que vai acontecer em 1820 com o francês Nicéphore Niépce, que consegue a primeira foto como a conhecemos hoje. Era a Mesa Posta e demorou várias horas para ser gravada. De fato, o que caracteriza a fotografia é a mecanização que, pouco a pouco, proporcionou que não mais somente reis e aristocratas fossem retratados, mas que toda a sociedade pudesse ter sua imagem “apreendida” para a posteridade. Além disso, uma pintura é única e permite que seja vista num único local, por um grupo único de pessoas. A fotografia não. Com a reprodução em muitas cópias iguais, ela pode ser apreciada, ao mesmo tempo, em diferentes locais, por grupos diferentes de pessoas. Mas sobretudo porque a máquina permite que cada fotógrafo sintasse-se como o artista dos quadros clássicos, revelando seus “dotes artísticos” e sua forma de ver o mundo. Parece até que a câmera fotográfica anuncia a chegada da revolução industrial.

¹⁸ S.Squirra, Aprender telejornalismo, produção e técnica. São Paulo, Brasiliense, 1990, p. 21

Na fotografia o fotógrafo-emissor faz uso de uma linguagem para se expressar e, por sua parte, o receptor decodifica essa mensagem fazendo uma leitura-interpretação da mensagem produzida através dessa forma de gravação de conteúdos. Na origem grega da palavra, fotografia quer dizer “escrever com a luz”, palavra inicialmente adotada pelos primeiros fotógrafos franceses. Os japoneses a descrevem como “reflexo da realidade” confirmando a fotografia com uma significativa forma de expressão visual.

A imagem fotográfica tem semelhanças com aquelas dos quadros e permite a leitura aleatória: pode-se escolher qualquer ponto para começar a varredura da mesma (contraponho que a linearidade do texto não permite isso!). A leitura da foto é bidimensional e prospectiva, acontecendo de acordo com o interesse despertado pelos elementos existentes na imagem e se compõem de 3 fases: a percepção a identificação e a interpretação. A percepção é puramente ótica: os olhos captam as formas e as tonalidades dominantes sem as identificar. A identificação é o registro mecânico-mental dos conteúdos da imagem e a importação é quando se estabelece a assimilação desses conteúdos, comparando os mesmos com os nossos anseios e experiências vivenciais. Esse processo desperta os estados emocionais, estimulados com a observação dos diferentes elementos da imagem. Para Ivan Lima,

“a leitura de uma fotografia nos proporciona nos provoca reações emocionais mais espontâneas e quase sempre mais intensas que a leitura de um texto na leitura de um texto as reações psicológicas se desencadeiam imediatamente sabe já que o sentido das palavras e da frase passa antes pela imaginação para ser traduzida em imagens mentais a leitura de uma fotografia desencadeia reações emotivas diretas pois ela suprime essa forma intermediária”¹⁹

A universalidade e o caráter aleatório da apreensão da fotografia demonstram por outro lado, que na “escrita icônica”, não existe uma forma de decodificação sistemática dos componentes de uma fotografia, devido à leitura/interpretação da mesma. Por causa disso, na imprensa se reforça a informação visual com emprego de textos-legenda. Esse recurso é importante já que, no caso no caso da releitura de um texto escrito, raramente o interpretamos totalmente diferente de que quando do que quando da primeira vez. Não é o caso da fotografia, onde uma releitura pode dar margem a uma nova interpretação. Isto ocorre, preponderantemente, pelo fato de que não sabemos “ler” fotografias. Não temos também o hábito de nos expressar com elas, já que nossa sociedade adquire, armazena e transmite informações codificadas sobretudo com o uso de palavras. Isso é fortemente sintomático na educação, em que raramente podemos apresentar trabalhos feitos com imagens, filmes, ilustrações etc. Apesar de continuamente bombardeados com recursos visuais (quadros, outdoors, filmes e slides etc.) num processo intencional passivo de preparação para a televisão. O escritor e ilustrador Ricardo Azevedo afirma confirma que *“as pessoas costumam ter uma formação mais sólida em literatura que em artes plásticas e por isso mesmo acabam não valorizando os desenhos acham que o texto é mais importante que as ilustrações são espécies de enfeite e que indagar sobre o assunto não*

¹⁹ Ivan Lima, A fotografia é a sua linguagem, p. 24

passa de mera curiosidade pessoal”²⁰. Por causa disso, acredito que nossa sociedade padece na “síndrome do suporte literário unidimensional”, desvalorizando, dessa forma as expressões bidimensionais pictóricas, quer sejam na sua na sua forma estática ou cinética.

Mas, fotografia é, sobretudo, composição. Nesse sentido, elenco algumas considerações importantes, sem a pretensão de esgotar o assunto:

a) devemos olhar uma fotografia numa distância igual ao dobro da sua diagonal. Veja que quando nos defrontamos com uma imagem grande (uma página dupla de revista, por exemplo), automaticamente nos distanciamos da foto para percebê-la na sua real dimensão ;

b) enquadramento. A divisão espacial deve seguir o que foi cunhado como “seção áurea”, que nada mais é que o equilíbrio perfeito das relações quantitativas (o retângulo menor está para o maior assim como maior está para o todo). O melhor exemplo disso é o próprio negativo fotográfico de 35 mm, que é um retângulo áureo de 24x36 mm, no qual o lado maior é uma vez e meia o lado menor;

c) o movimento dos olhos na leitura interna das fotos. Percorremos os espaços das fotos da esquerda para a direita e, em seguida, esquadrimos as diagonais da imagem. As fotos assim produzidas permitem uma melhor percepção pelo olho humano;

d) o quadrado representa o equilíbrio, mas a quantidade de relações geométricas fazem com que o retângulo seja a forma mais empregada para a composição do plano. Aliás, nosso ângulo de visão é maior no plano horizontal que no vertical, justificando uma preferência intuitiva pelo uso do retângulo horizontal;

e) na fotografia escrevemos com a luz, e essa é formada por partículas (fótons) que partem da fonte luminosa e se chocam com os objetos. Nos objetos, a energia é absorvida (pelas superfícies escuras) e totalmente refletida (pelas superfícies claras). De fato, isto se dá gradualmente, indo da total absorção (preto total) a uma maior reflexão (branco absoluto). Para se obter as melhores fotos quando em ambientes abertos, a melhor luz é aquela quando nem se tem luz em excesso nem total ausência dessa.

As fotografias estão fortemente presentes na vida do ser contemporâneo. Antecedente do cinema e da televisão, foi o elemento que provocou uma “revolução gráfica” no final do século passado, quando os magazines substituíram as litografias pelas fotografias. A primeira fotografia em jornal apareceu nos Estados Unidos e foi publicada no *New York Daily Graphic* em 4 de maro de 18809. Hoje, fazem parte do cotidiano e constrói nossa visão de mundo. Para exemplificar isso, resgato uma imagem importante para a história recente da mídia mundial: a foto de John-John Kennedy, recentemente morto em um acidente de avião. No enterro do pai, ele aparece fazendo continência no momento em que pela primeira vez o globo acompanhava um enterro em escala mundial, Ainda não em “tempo real”, o mundo foi invadido com fotos do drama de uma das mais importantes famílias norte-americanas. E tinha aquele garotinho intrigante que, sem querer, representava os mais altos valores da sociedade em que vivia. O comportamento de sua mãe e a consternação do país emocionaram o mundo. E a mídia -sobretudo a

²⁰ Ricardo Azevedo. Texto e imagem: diálogos e linguagens dentro do livro. In 30 anos de literatura para crianças e jovens, de Elizabeth Serra (org.)Mercado das Letras, 1998

imprensa- realizava seu papel de difusor de valores centrados no exacerbado “alavancamento” dos princípios daquela sociedade. Na foto, ele fazia continência, como que conclamando todos a respeitar a inevitabilidade da situação. Mas essa também pode ser interpretada com uma “imagem” de um sistema moralista, conservador, militarizado, hierarquizado e centrado na manutenção do *status quo* a qualquer custo. Sobretudo o emocional. Resta perguntar: por que a mídia devotou, recentemente, tanto espaço e tempo a esse cidadão que, de fato, era um *bon vivant* e tinha se recusado a seguir os passos de seus parentes políticos famosos? A revista Veja, por exemplo, chegou a resgatar as “viúvas” de John-John, pessoas que não conheceram pessoalmente, mas que o idolatravam e estavam inconsolada com seu desaparecimento.

Outro fato significativo ilustra o poder da imagem em nossos dias. Em 22 de janeiro de 1999, a Folha de São Paulo mostrou, na capa, a foto de um pequeno comerciante que supostamente estava dolarizando suas mercadorias. Era uma pequena loja de CDs numa decadente galeria do centro de São Paulo. O fotógrafo do jornal induziu o comerciante a construir um cartaz com o valor em moeda estrangeira e a foto foi estampada na primeira página para o país inteiro. O proprietário quase foi preso, pois o governo enviou fiscais do Ministério da Justiça do Procon etc. no dia seguinte. Apesar da “montagem” do fotógrafo, o governo tinha seu “boi para piranha” e pretendia dar um recado, decidindo obrigar o comerciante a pagar 5 mil reais pela sua “insubordinação”, mesmo não tendo sido encontrada nenhuma irregularidade na loja. Mas o que fazer? Tinha saído na imprensa e a imagem do governo, se não fizesse nada, ficaria arranhada. A loja, que funcionava desde 1987, teve que fechar as portas.

As imagens podem ser classificadas de várias formas. Apresento algumas delas, novamente sem querer ser conclusivo:

a) publicitárias. São normalmente veiculadas em toda a sorte de suportes impressos (revistas, jornais etc.) e também dinâmicos. Basicamente apresentam uma proposta única: a sedução por objetos e conceitos visando a sua compra, na “ideia” de liberdade de escolha. Almejam tornar o espectador insatisfeito com seu estado atual, estimulando-o a adquirir o que está sendo mostrado, para que “suba na vida” e seja “tão feliz, tenha tanto sucesso” quanto os personagens e cenários mostrados nas imagens. Para isso, é necessário ter dinheiro e investir no produto mostrado. Nesse sentido, abordando a questão da imagem publicitária, John Berger afirma que “*aqueles que não têm poder para gastar dinheiro se tornam literalmente sem rosto aqueles que não têm esse poder se tornam dignos de amor aqueles que têm esse poder se tornam dignos de amor*”²¹;

b) posters (nos ônibus saguão e painéis): são da família publicitária e usados com o mesmo objetivo. Os cartazes ocupam um lugar especial na arte pictórica e tiveram um papel relevante e na mobilização das massas e na divulgação de eventos culturais e ideários políticos. Muitos são verdadeiras obras artísticas e esta arte chegou a ser chamada de o “espelho da história”²². Têm como subproduto os *banners* (imagens e textos) e os cartazes de cinema

c) desenhos (em muitas variações: pinturas em quadros, em igrejas etc.)

²¹ John Berger, op.cit.p.145

²² Max Gallo, *L’affiche, miroir de l’histoire*.

d) ilustrações (com ou sem textos): O grande Norman Rockwell documentou a vida norte-americana e suas ilustrações foram largamente utilizadas para a consolidação dos valores daquele povo e veiculadas nos principais magazines. Pinçamos ainda as capas dos folhetos de cordel, que são ilustrações populares representando o texto contido dentro do mesmo;

e) histórias em quadrinhos: as imagens difundidas neste formato fazem parte da nossa vida. Desnecessário falar mais;

f) charges/*cartoons*: a história política do Brasil é cúmplice da força dos *cartoons* feitos pelos desenhistas, cujas obras satíricas estão presentes nos grandes veículos impressos do país. Aliás, como criticar o sistema sem esse recurso, que, em um pequeno quadro, esbracha os políticos de forma livre intrometida criativa e incontestável?

g) desenhos animados (no cinema e na TV): o estudo *Desenho animado na TV mitos e símbolos e metáforas* feito pelos pesquisadores do Lápiz-Laboratório de pesquisas sobre infância, imaginário e comunicação, da ECA USP, revelou que estes funcionam como instrumentos pedagógicos na transmissão de valores éticos, morais e modelos de comportamento para as crianças;

h) fotografias:

i) pessoais: são as fotos com as quais documentamos nossas férias, parentes, amigos etc. E aqui nos comportamos como os artistas de antigamente: nos preocupamos em obter o ângulo mais expressivo, o melhor cenário, o mais agradável trabalho com a luz natural etc. Para isso, nos deslocamos pelo ambiente, mudamos as pessoas e objetos, movimentamos o *zoom*, nos abaixamos, subimos numa cadeira etc.

j) na imprensa: são aquelas que documentam os fatos jornalísticos e estão diagramadas junto com o relato textual. Quando o texto tem foto, esta contribui como reforço em complementaridade e veracidade. A foto deve evitar repetir o que o texto relata (por não poder ser mudada, pois já está gravada no negativo - o editor de texto deve evitar que o redator redunde as informações). Nos jornais, as fotos são normalmente acompanhadas de um texto-legenda, que tem a função de contribuir com elementos informacionais novos no enquadramento pictórico;

k) documentárias: aqui se encontram as fotografias que ajudam todo tipo de cientista a documentarem os fenômenos que pesquisam. Nosso planeta tem sido varrido por sucessivos e intrigantes satélites que já captaram a maior parte dos segredos geográficos do Globo. O mundo ficou mais conhecido mais conhecido com as intrigantes imagens atualmente reveladas;

m) imagens digitais: o mundo ciberespacial está repleto de situações em que as imagens (e suas novas interpretações artísticas) são veiculadas: dos CD-Roms aos videojogos, dos novos quadrinhos às *homepages* etc. Por outro lado, grandes volumes de imagens (e textos) estão sendo guardados em gigantescos bancos de dados que se encontram, normalmente, acessíveis a todos. O mundo digital chegou e já atingiu todos os mídias, sobretudo a fotografia o cinema e a televisão.

A cultura ciberespacial trouxe definitivamente para o universo social o conceito de virtualidade. Virtual é aquilo que existe apenas potencialmente e não em situação concreta, tangível. Virtual é antagônico de real. Lévy nos ajuda dizendo que “*o virtual encontra-se antes da concretização efetiva ou forma (a árvore está virtualmente presente*

no grão)”²³. Assim, devemos reconhecer que boa parte das manifestações midiáticas é virtual, pois não acontecem efetivamente no momento em que as estamos presenciando. Num filme, por exemplo, os atores e cenários não estão, de fato, presentes na tela de projeção. Falo de Che Guevara (uma imagem mundial de alta decodificação, aliás): e o ser não está presente em nosso ambiente, estimulando, em contrapartida, a mente do meu receptor. Pode-se então afirmar que as imagens e as palavras são entidades virtuais. A lembrança, a literatura, as ilustrações, os relatos históricos etc. são, concretamente virtuais, na acepção rigorosa da palavra. A foto, um receptáculo imagético em suporte papel retém, concretamente, uma “imagem” do objeto e não o objeto em si.

Essas questões mostram que nossa sociedade vive uma sensível crise de paradigmas na comunicação, nos quais novos comportamentos e interpretações surgem em piscares de olhos. As formas de expressão, as linguagens empregadas e a decodificação de significados estão sendo constantemente reavaliadas e revelam a dinâmica dos caminhos que o homem trilha. Muitos acreditam que a sociedade metropolizada (e o constante inchaço das cidades é uma tendência irrecusável) minimizará a interatividade, o convívio social e mesmo o uso de palavras. Outros advogam o aumento da intolerância, do individualismo e sobretudo da solidão e, sobretudo, do uso de imagens. Seguramente, estão pensando na nuclearização dos grupos (o que, de fato, se percebe no mundo hoje), nos quais estas questões serão acomodadas e resolvidas *intra-corps*, numa forma nova de *apartheid*.

No caso do sistema midiático, é possível imaginar muitas transformações (principalmente na decisiva união do computador, telefone e televisão) e a adoção de novos modelos, sobretudo interativos e numa estrutura de entretenimento e serviços. Em todo caso, uma coisa parece concreta: o maciço emprego de imagens e toda sorte de grafismo e ilustrações em férteis processos de comunicação. Nossa sociedade está fortemente impregnada de iconografia no presente, e o mesmo seguramente continuará acontecendo no futuro. Aliás, seguramente isto será incrementado cada vez mais, em manifestações analógicas e, sobretudo, digitais. Assim, é impossível não reconhecer a importância das imagens como meio efetivo de comunicação. Por causa destas constatações, muitos acreditam que já vivemos num “século das imagens”.

Bibliografia

- Aumont, J. A imagem. Campinas, Papirus, 1993, 317 p.
Berger, J. Modos de ver. R.Janeiro, Rocco, 1999, 165 p.
Dondis, D.A. Sintaxe da linguagem visual. S.Paulo, Martins Fontes, 1999, 234p;
Gallo, M. L’affiche, mirror de l’histoire. Paris, Robert Laffont, 1976,
231 p;

²³ Pierre Levy, Op. Cit., p.47

Guran, M. Linguagem fotográfica e informação. R.Janeiro, Editora Gama Filho, 1999, 119 p

Lévy, P. Cibercultura. S.Paulo, Editora 34, 1999, 260 p.

Lima, I. A fotografia é a sua linguagem. R.Janeiro, Espaço e tempo, 1988, 120 p;

Neiva Jr, E. A imagem. S.Paulo, Editora Ática, 1986, 93 p.