

A imagem

Breno Kuperman

Apresentação

A palavra imagem quer dizer coisas diferentes, embora próximas. Objetivamente, significa representação de alguma coisa e, subjetivamente, significa uma representação mental que está presente nos nossos pensamentos.

A imagem hoje é produzida e reproduzida por diversas técnicas de comunicação, sendo que o coroamento deste processo é a televisão.

Estes discursos usando imagens (jornal, revista, história em quadrinhos, cinema, a televisão, Internet, telefonia celular) promovem uma intensa socialização por todo o planeta, atuam na formação das identidades pessoais e nacionais e são responsáveis pela circulação de elementos imaginários profundos das culturas locais, embora sejam construídos industrialmente.

Por isso mesmo, sua relação com a educação é íntima e eles representam um processo mais ativo do que a educação formal, vigente nas escolas. Estas, por sua vez, passam a ter um papel fundamental ao trabalhar por uma maior conscientização das novas formas de comunicação, suas maneiras de atuar, permitindo uma interação criativa com elas.

1. A Imagem

A palavra imagem possui diversos significados. Por imagem entendemos uma representação gráfica, plástica, fotográfica, cinematográfica, televisiva ou digital de coisas, pessoas, lugares, momentos, objetos. Ou seja, imagem é uma figura, um lugar, uma pessoa, uma coisa, um trecho, captados por um desenho, uma pintura, uma fotografia, um filme.

Imagem também pode ser o reflexo de algo ou alguém numa superfície, espelho ou água. Pode ser uma representação dinâmica, em movimento, cinematográfica ou televisiva, de alguma coisa, alguém, cena etc.

A imagem é concreta quando estamos referidos à tridimensionalidade, a coisas, objetos, pessoas, cores, etc. É abstrata quando nos referimos a configurações de sentido, podendo ter relação com coisas materiais por analogia, mas não por uso direto.

Representar imagens é uma atividade presente em todas as sociedades conhecidas. Desde a pré-história da humanidade, existe a atividade de representar animais, cenas de caça e outras atividades. Algumas culturas antigas, mais complexas, desenvolveram linguagens nas quais a imagem está totalmente integrada aos significantes, como no Egito e na civilização asteca. Esta linguagem por imagens fundia símbolos gráficos com imagens, gerando uma infinidade de significados.

Nossos antepassados indígenas usavam imagens de animais e de plantas em diversos ornamentos e como referência a identidades grupais.

2. Imagem e identidade

Outro sentido da palavra imagem se refere a uma representação mental de alguma coisa, de uma impressão, lembrança. A imagem aí é correlata do olho, portal do coração para o mundo.

A imagem, neste caso, faz parte do pensamento, está presente na formação de idéias e na figuração de sentimentos que, juntos, constroem a identidade individual e familiar, as identidades locais, regionais, nacionais. As imagens entram na formação de referências. São imagens ou seqüências de imagens que possuem significação especial. Vejamos como isto se forma:

a) Imagem e pensamento

O pensamento é uma atividade psíquica contínua e utiliza imagens retidas pela percepção para construir complexos significativos que se transformam em idéias. Em várias etapas deste processo, imagens representativas de coisas, pessoas, momentos, aspectos, partes, se agregam a emoções ou sentimentos. Muitas vezes são imagens pouco precisas, mas que possuem uma significação consistente. Muitas vezes, um pensamento é constituído apenas de associações de imagens que formam um novo sentido em um novo encadeado. Pensar

não é apenas o pensamento pensado, isto é o raciocínio. Compreender é pensar, perceber é pensar, reagir é pensar. No limite entre o intuitivo e o reflexivo, pensamos. E dentro de todos estes processos, existem imagens compondo idéias, imagens construindo conceitos, aglomerados de imagens criando parâmetros para identificar coisas da realidade.

b) Auto-imagem

A imagem que uma pessoa faz de si mesma é absolutamente essencial para a compreensão desta pessoa. A auto-imagem é formada da mesma maneira que descrevemos acima, apenas incorporando referências de comportamentos e habilidades construídas dentro da família e do ambiente da infância e reforçadas na adolescência. Esta auto-imagem é um complexo sutil e mutante de referências em que se misturam o que eu gostaria de ser com o que imagino ser e com o que eu deveria ser. Sempre, nestes processos, é constante a presença de imagens mescladas a emoções e sentimentos, além de uma valoração moral. Estas imagens, muitas vezes, se referem a pessoas e/ou situações conhecidas e reconhecidas pela sociedade ambiente.

c) Imaginário

A capacidade que o ser humano possui de construir referências através de imagens e a respeito de todo o seu ser, incluindo a totalidade do cosmo, a compreensão do nascimento do mundo, da morte, dos limites do conhecível e toda a linha de transmissão de saberes que fundam uma cultura particular é chamada de imaginário. Este nome indica o reconhecimento de que o ser humano utiliza uma rede de imagens que estão presentes em todos os seres humanos de um determinado grupo, formando uma experiência coletiva comum, que funciona como leitura do mundo, referência do real. Assim como a linguagem, o imaginário representa um reservatório comum a povos inteiros é formado por uma rede sutil e sináptica de referências com significação. É importante dizer que as imagens são como células desta capacidade, o imaginário.

3. A imagem no mundo contemporâneo

Vivemos num mundo hoje em que, além de conviver com as imagens naturais de nosso cotidiano, de nossa família, em nosso bairro e em nossa cidade, estamos permanentemente em contato com uma infinidade de imagens produzidas industrialmente e cujas referências não têm mais território. O mundo todo circula num noticiário de TV, é possível viajar para mil lugares e viver dezenas de situações diferentes sem sair da poltrona, seja vendo TV, lendo revistas com fotos, desenhos, ilustrações e pinturas.

Este modelo de cultura com a utilização da imagem em diferentes discursos se expandiu por todo o planeta. Jornais nacionais, regionais e locais, utilizando fotos, pinturas e desenhos, histórias em quadrinhos, revistas sobre todos os assuntos, ricamente ilustradas, o uso da fotografia na publicidade, o cinema cuja força está presente em inúmeras culturas do planeta, a televisão, se afirmando como veículo contemporâneo de informação, entretenimento e conhecimento, a fotografia pessoal, hoje em dia um item essencial entre os acessórios individuais, a Internet, assombrosa rede planetária de contato, em que a presença da imagem está em escalada.

Todos estes meios de comunicação circulam por quase todos os países do mundo e formam grandes mercados, disputados por grandes empresas de entretenimento e comunicação. Cada formato possui suas formas de discurso: tanto uma revista adolescente como *Querida* quanto um programa adulto de entrevistas como Roda Viva se organizam como discursos compostos, com começo, meio e fim, sob forma de janelas em que são apresentadas dezenas de histórias, tramas, emoções, persuasões, argumentos etc.

A segmentação do mercado permitiu criar interações mais profundas com o público, seja ele infantil, feminino, esportivo, culinário, turístico, noticiário e outros. Uma interatividade vai sendo criada e este é um processo longo que promete muitos avanços, sobretudo diante da perspectiva da criação da TV interativa, tornada possível com a implantação, em curso, da TV digital.

4. Educação, imagem e experiência

A televisão é um eletrodoméstico que amplia e multiplica o sucesso que teve o rádio e o arrebatamento que teve o cinema. Despejando ininterruptamente imagens, ela passou a ser um importante espelho da infância e pré-adolescência, companheira e porta-voz do mundo.

Em nosso país, o impacto da televisão foi profundamente civilizatório: unificando mensagens, comportamentos, hábitos de consumo, a televisão se adequou às dimensões de nosso país.

E transformou profundamente referências tradicionais, calcadas na experiência da vida, calcadas em conceitos assimilados através da experiência e desenvolvidos através da imaginação.

A circulação de imagens e as novas formas de discurso trazem para as novas gerações um apelo forte, criam referências de identificação e complicam todo o jogo de aprendizagem tradicional, conceitual e através de leitura. Estas narrativas novas, em geral marcantes, fortes, funcionam como verdadeiras experiências coletivas, compartilhadas por gerações e implicando elementos sensoriais, perceptivos e intelectuais misturados.

a) Identidade, TV e experiência

Desde o advento da televisão, podemos dizer, seguramente, que pelo menos a experiência da infância se modificou, incorporando um espelho animado no dia-a-dia da criança. Com o tempo a freqüentação da TV vai se tornando um hábito e novas modificações vão ocorrendo.

O virtual vai sendo incorporado como uma nova fonte de sentido. A forma de experimentar a realidade das imagens é algo novo que pede reflexão e consideração. Não é que as mensagens tenham o poder de fazer valer suas intenções, nem tampouco que a vivência destas imagens seja uma experiência do mesmo teor de uma experiência vivida. Mas existe uma experiência nova, diferente, repetida ao longo de dias e anos e que atua na formação de pessoas que se tornam, então, especializadas na freqüentação deste neo-imaginário

produzido e que vivem processos completamente novos de formação de auto-imagem, de identidade, passando suas referências pelo fluxo do eletrodoméstico.

Pessoas de todas as idades, condições econômicas e níveis intelectuais não conseguem mais viver distantes da televisão e criam um processo complexo de assimilação do que é ali veiculado. A mídia televisiva não é vivida como companhia, como continuação do espaço de vida das pessoas. Elas adquirem informações, transformam seus comportamentos, criam referências e se tornam consumidores ativos, permanentes, do que é oferecido pelo universo televisivo.

b) O discurso por imagem e suas qualidades

Ao longo de sessenta anos, a televisão se consolidou como um espaço virtual coletivo que marca uma passagem civilizatória na humanidade, realizando uma colonização mental cujo sentido ainda não compreendemos direito, pois as grandes transformações vêm muito lentamente. Gerando novos humanos telealertas, seguramente levou a eletrificação para dentro do espaço mental e germina seres com novas velocidades de pensamento e frequências de recepção, que lentamente vão demarcando novos espaços na cultura local.

Superposição e combinação de linguagens diferentes – imagens, falas, música, escrita – com uma narrativa fluida, uma nova lógica expositiva, com grande capacidade de adaptação a novas situações e necessidades, a comunicação dos novos meios eletrônicos é sobretudo eficaz.

Em cada discurso audiovisual descobrimos mil nuances, detalhes que conseguem dizer mais do que nossos olhos captaram, e que encontram em nós uma repercussão em imagens simbólicas com as quais nos identificamos ou nos relacionamos de algum modo.

Televisão e vídeo combinam a dimensão espacial com a sinestésica, ritmos rápidos e lentos, narrativas de impacto e de relaxamento. Combinam a comunicação sensorial com a audiovisual, a intuição com a lógica, a emoção com a razão.

c) O leitor

Do outro lado deste processo está o público, o leitor, o telespectador. Já ficou claro que ele não é passivo, da maneira que as antigas teorias imaginavam. Existe um processo profundo de apropriação das mensagens recebidas. O estudo da recepção surpreende muito e nos permite perceber que existe uma atividade do leitor ou receptor capaz de triturar as mensagens recebidas, transformá-las, se apropriar daquilo que lhe interessa, inclusive mudando completamente o sentido original da comunicação. Este receptor é um sujeito ativo e pertence a um contexto sociocultural específico, interpreta mensagens segundo sua visão de mundo, experiências, valores e cultura de seu grupo. E cresce se identificando com os heróis ou exemplos projetados na telinha. Sobretudo, cresce interagindo com outro tipo de texto, mais vibrátil e sensorial, muito mais dinâmico do que um texto escrito que demanda conceitos e imobilidade.

d) Mistificação das imagens

Recebemos e processamos as informações e mensagens que vêm através dos discursos audiovisuais de acordo com nosso meio cultural, nossa educação e segundo a consciência que temos de suas condições de produção.

Para que a percepção esteja afinada, é preciso ser atuante, participante, ativo, conhecer os processos de nossa sensibilidade e as capacidades de nossa mente. Este é um trabalho de atenção, questionamento e elaboração. A sensibilidade, a inteligência e a atenção são os agentes principais dessa atividade, ao mesmo tempo intelectual e emocional.

Precisamos de uma educação para o convívio com a imagem.

O que vemos freqüentemente é que o desconhecimento dos meios de produção e as vivências sem consciência geram toda sorte de mistificações de discursos audiovisuais, viajando no efeito sem conhecimento das causas. O conhecimento nesta área pode trazer uma melhor compreensão de cada produto (filme, novela, programas, notícias etc.) e torna possível uma libertação, ao invés de um aprisionamento por imagens. A compreensão destes processos acelera outros entendimentos, reforça a percepção interna e melhora a sintonia receptiva das obras.

Diversos programas foram desenvolvidos em relação à fotografia, ao cinema, à televisão, buscando ampliar a consciência dos meios de produção, levando grupos a provarem estes meios como produtores e não como consumidores, criando frentes de discussão e conhecimento e gerando grandes transformações na recepção destes veículos.

5. A escola e as imagens

Como se posiciona a escola diante destas mudanças?

a) Frequentando filmes e vídeos

Um dos caminhos possíveis para a escola diante do quadro atual das comunicações é intensificar o uso de vídeos ou de programas de TV gravados, em sala de aula. Mas para isto é necessário que o professor também esteja preparado para compreender o que é que mudou com estas novas formas de discurso. A simples consideração conteudística, de formato intelectual, igual à que se utiliza na análise de texto, não é aplicável a um vídeo porque mudou o meio, mudaram as formas de apreensão, mudaram as energias na comunicação. Com as imagens, as percepções, sensibilidades e emoções estão mais presentes e a mistura é maior entre o conceitual, o intuitivo e o sensível.

b) De espectador a produtor

Um outro caminho muito interessante é criar a possibilidade de transformar o espectador em produtor, através de oficinas de realização. Passando para o outro lado, os estudantes podem, de maneira intuitiva, se apropriar da lógica de produção daquele meio (fotografia, vídeo, programas de rádio, telenovelas, jornais etc.). Isto alarga muito o horizonte de compreensão daquele veículo e permite análises mais profundas e conseqüentes de outras produções similares.

Existem experiências consolidadas e bem-sucedidas nestas áreas, como a de oficina de fotografia social, feita em favelas, e que permite aos próprios moradores olhar para sua realidade social com um novo olhar, mais delicado e profundo, além de se apropriar das técnicas de fotografia.

Em vídeo existem programas feitos para o conhecimento do modo de produção deste veículo, que provoca grandes transformações na compreensão de todo discurso por imagens.

c) Ensino do audiovisual

Discute-se há alguns anos sobre a inclusão de uma disciplina na grade do Ensino Fundamental e do Ensino Médio ensinando a ver imagens, a conhecer o modo de produção e a história destes meios. Até o momento não houve consenso sobre a implantação desta disciplina, embora diversas escolas tenham adotado práticas com vídeo, análise de filmes e outras ações educativas.

6. Conclusão

Vivemos uma época de muitas transformações e, sem dúvida, estamos apenas no início. Caminhamos para novas formas de entendimento, em que combinações entre informações sensoriais e intelectuais propiciarão o aparecimento de novas linguagens, cada vez mais impregnadas de imagens, sons, músicas. A mediação da realidade por imagens é cada vez mais intensa e novos canais de sensibilidade serão desenvolvidos, propiciando mutações culturais sem fim.

Aos educadores cabe se perguntar qual o papel da escola numa sociedade com tal grau de informações sendo trocadas permanentemente através de seus meios. E os educadores que pensam em nossa cultura brasileira devem atuar no sentido de fortalecer a força antropofágica dessa cultura, que continua a transfigurar tudo, permanentemente, fazendo da mistura e da criatividade elementos fundamentais de uma nova civilização.

