



Imagem e mídia: possíveis aproximações entre a nova ciência da imagem alemã e a ciência da comunicação no Brasil¹ **Image and Media - Possible approximations between the German new science of image and the science of communication in Brazil**

Alex Florian Heilmair²

Palavras-chave: imagem; mídia; *Bildwissenschaft*; ciência da comunicação; Hans Belting.

Em um mundo que se orientada cada vez mais pela positividade das imagens e seus excessos, é natural que o assunto seja tema recorrente nos mais diversos campos da esfera social: desde as conversas informais cotidianas até as investigações formais científicas. A investigação das imagens e o poder que elas exercem sobre a vida de homens e mulheres nos ambientes citadinos, pautados pelas mais diversas mídias, é um tema complexo. A pergunta do que são, como funcionam, o que significam está longe de ser um consenso entre pesquisadores. As dificuldades estão presentes na definição da tarefa, no conteúdo a ser investigado e nos métodos de investigação. Atualmente estes problemas são enfrentados por uma “nova” área do conhecimento chamada de ciência da imagem, ou *Bildwissenschaft*, cuja contribuição para os estudos da mídia e da comunicação ainda precisa ser avaliada.

¹ Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

² Doutorando e mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, bacharel e especialista em Design Gráfico pelo Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. Participa atualmente do CISC – Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia. aulas.do.alex@gmail.com



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Os autores desta ciência da imagem alemã propõem um rico debate sobre a imagem que ainda é pouco conhecido nas ciências da comunicação no Brasil. A Bildwissenschaft é composta por uma série de teorias que não apenas partem e/ou reciclam problemas já levantados por áreas de conhecimento mais tradicionais, como é o caso da filosofia, da semiótica e da história da arte, mas efetivamente coloca a imagem no centro da cena e apresentam novos desafios para o estudo sobre o tema.

Neste artigo trabalharemos com três autores que permitem compreender melhor esta proposta: Lambert Wiesing ajuda a compreender o vasto e heterogêneo terreno das imagens a partir do rigor analítico da filosofia; Klaus Sachs-Hombach pensa a imagem a partir de um olhar semiótico cujo interesse está em compreender o seu aspecto pragmático; Hans Belting retira a imagem do tradicional campo da história da arte para pensá-la por um viés antropológico. O objetivo é mostrar como estes autores se posicionam em relação à esse novo campo de investigação, apresentando, ao final, a rica contribuição que a triangulação de imagem - mídia - corpo, proposta por Belting, pode oferecer para os estudos da imagem e da mídia.

*

Grosso modo, a ciência da imagem alemã nasce da proposta de uma investigação (inter)disciplinar que pretende abarcar todas as imagens, independente de sua origem, cultura, forma de (re)produção e circulação. Como ainda se trata de um campo de investigação em processo de formação e amadurecimento, não há consenso sobre a definição da tarefa, o conteúdo a ser investigado e os métodos de investigação. Por isto Hans Belting caracterizou o termo imagem como uma espécie de narcótico que atualmente mascara a discrepância que há entre as diferentes abordagens sobre o assunto (BELTING, 2001, p.11). Há, de acordo com ele, uma falta de precisão na formulação do conceito da imagem, que acaba por encobrir o fato de que “não apenas falamos de imagens diferentes da mesma forma, mas de formas diferentes sobre as mesmas imagens” (BELTING, 2000, p.8). Há assim, dentro da Bildwissenschaft, um



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

amplo debate terminológico em torno dos conceitos utilizado entre os seus diversos autores.

Para nós, leitores brasileiros, o primeiro problema que precisamos enfrentar é o da tradução e que, em certa medida, já trabalha com um dos problema que será abordado neste artigo. O termo *Wissenschaft* (de *Wissen* = saber, conhecimento) corresponde aproximadamente ao termo ciência, mas é utilizado de formas diferente e carrega uma gama variada de conotações na língua alemã. Ao contrário do que acontece na língua inglesa e, em medida parecida, na língua portuguesa, o termo *Wissenschaft* não se restringe apenas às ciências com abordagem empírica baseadas em evidencias como, por exemplo, as ciências da natureza, mas é mais amplo e caracteriza um campo de investigação que se organiza de forma coesiva.

Já a palavra *Bild* carrega um sentido mais amplo que o termo inglês *image*. Em uso cotidiano, o termo é utilizado para descrever ou indicar qualquer tipo de imagem, independente do seu suporte, processo de criação ou forma de produção, que inclui a fotografia, a pintura, imagens geradas por computador e até esculturas, sem fazer distinção entre uma representação e uma imagem abstrata. Também se refere a ilustrações, mapas, diagramas, bem como imagens mentais e metáforas. Na língua inglesa ocorre uma distinção entre *picture* e *image*, que delimita com maior precisão o fenômeno da imagem. Para WJT Mitchell, por exemplo, a distinção entre ambos os termos é fundamental para a sua ciência da imagem (*image science*). Enquanto *picture* se restringe a objetos materiais, que podem ser queimados e quebrados, “a imagem é aquilo que aparece na *picture* e é o que sobrevive a sua destruição – na memória, na narrativa, em cópia e rastro em outras mídias (MITCHELL, 2009, p.16). A amplitude de sentido do termo alemão é semelhante ao da palavra *imagem* em português. Por este motivo, a análise do filósofo alemão Lambert Wiesing (2014, p.44-47) sobre os diferentes significados da palavra *Bild* também se mostra relevante para os pesquisadores de língua portuguesa. De acordo com o filósofo, o termo *Bild* pode se referir: 1) ao suporte da imagem (*Bildträger*), ou imagem física (equivale ao termo



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

inglês picture); 2) à representação (Bildobjekt) que se torna aparece sobre o suporte da imagem; 3) à união do suporte com a imagem. No primeiro caso, diríamos “na parede está pendurada uma imagem” ou “a imagem está rasgada”. No segundo caso, “fazia tempo que não via imagens tão chatas” ou “a imagem possui profundidade”. Por fim, “quero ver as imagens da exposição” ou “a imagem é antiga mas a sua mensagem é atual”. Por possuir uma ampla propriedade polissêmica, a palavra Bild enriquece o campo investigativo da Bildwissenschaft.

Em meio a esse rico e variado cenário, um ponto de partida é oferecido por Lambert Wiesing, que propõe no artigo “Bildwissenschaft und Bildbegriff” [A ciência da imagem e o conceito da imagem (WIESING, 2014, p.9-16)] uma distinção que abarca fundamentalmente e de forma geral, qualquer investigação que tem como tema a imagem. De acordo com o filósofo, só há três maneiras possíveis de se pensar sobre as imagens: ou o tema é a imagem concreta, um conjunto de imagens, ou todas as imagens. Trata-se, portanto, de uma escala que vai, grosso modo, da concretude da imagem única à abstração dos conceitos filosóficos. A formulação de um conceito geral da imagem, ou ainda, o que pertence a toda imagem ou o que faz de algo uma imagem é, para Wiesing, um problema fundamentalmente categórico que não se deixa responder de forma histórica ou empírica e, por isso é de natureza exclusiva filosófica.

Uma voz dissonante à essa proposta é representada pela concepção da ciência da imagem em Klaus Sachs-Hombach. Para o autor, a filosofia da imagem seria apenas uma dentro das muitas outras disciplinas a se interessarem pelo fenômeno da imagem. Sem ter uma posição privilegiada, a filosofia estaria lado a lado com a antropologia, a história da arte, o design, a informática, a teoria da mídia na órbita das disciplinas em torno do tema da imagem. A questão central seria investigar métodos em comum, capazes de unificar ou, ao menos, estabelecer pontos de contato entre as diversas disciplinas. Assim ele propõe em um livro chamado “Das Bild als kommunikatives Medium” [A imagem como meio comunicativo (SACHS-HOMBACH, 2014)], que hoje



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

é uma obra de referencia da semiótica da imagem na Alemanha, uma aproximação entre a semiótica e as teorias da percepção para fundamentar a sua concepção da imagem.

Já Hans Belting tenta retirar o conceito da imagem do terreno exclusivo da história da arte. No livro “Bild-Antropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft” [Antropologia da imagem. Propostas para uma ciência da imagem (2001)], Belting apresenta logo no início do livro o conceito de imagem na perspectiva antropológica:

Uma ‘imagem’ é mais que um produto da percepção. Surge como o resultado de uma simbolização pessoal ou coletiva. Tudo o que comparece ao olhar ou perante o olho interior pode deste modo aclarar-se através da imagem ou transformar-se numa imagem (2014, p.21).

E prossegue com a provocante afirmação: “por isso, o conceito de imagem, quando se toma a sério, só pode ser, em última análise, um conceito antropológico” (BELTING, 2014, p.21).

Ao propor que o conceito da imagem deve ser pensado por um viés antropológico, Belting quer dizer que “vivemos com imagens, compreendemos o mundo através de imagens” (2014, p.21). Assim a imagem passa a ser tema da ciências da cultura e propõe que as imagens devem ser pensadas a partir de um ambiente mais amplo e não restritas apenas a um problema conceitual abstrato, como proposto pela filosofia e pela semiótica, ou restrito apenas à interpretação estetizante da história da arte. Belting parte de uma heurística aberta com três variáveis históricas que se influenciam mutuamente: corpo – mídia – imagem. Como conceitos que servem de fios condutores ao longo da história, eles abrem um campo interdisciplinar de investigação, no qual diferentes fenômenos em mídias e culturas diferentes são relacionados entre si.

Para Belting o corpo é o produtor primeiro e receptor único das imagens e evidencia um ponto importante, que também é relevante para a ciência da comunicação: toda a comunicação (por imagens) começa e termina no corpo humano (PROSS, 1972). Se o corpo técnico e medial da imagem é tema tradicional da teoria da



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

mídia, a sua relação com o corpo vivo e natural da imagem, ou seja, o lugar de origem de todas as imagens, de onde elas nascem antes de atingir a luz da razão ou a luz do dia, como criação individual e/ou coletivas, é assunto fundamental para a teoria da imagem antropológica.

Também é a partir do corpo que a relação entre imagens internas (corpo medial natural) e externas (corpo medial artificial) é problematizada na perspectiva histórico-antropológica. As imagens exógenas são aquelas que estão fora do corpo e são vistas sobre paredes, telas e objetos, são as imagens que repousam sobre corpos mediais artificiais, enquanto as imagens endógenas são aquelas que habitam os corpos, como os sonhos noturnos, os devaneios diurnos (Tagträume), as recordações e as futurasções. Há uma cooperação produtiva entre elas: “as imagens mentais são inscritas nas externas e vice-versa” (BELTING, 2005, p.73). A contaminação mútua ocorre por meio do olhar (Blick) e indica a natureza sintética de toda imagem.

O autor propõe enriquecer o conceito da imagem ao considerar imagem e mídia como duas faces opostas da mesma moeda. Apesar de inseparáveis, Belting julga possível analisar cada face separadamente. Trata-se apenas de uma questão da atenção do olhar. O meio concede à imagem o corpo que ela não tem. Para que imagens possam aparecer, elas precisam de meios que permitam que isso aconteça, e estes meios por sua vez determinam como estas imagens irão aparecer. É neste sentido que o “como” torna-se fundamental para o “que” é dito numa imagem. Atualmente as imagens aparecem de diversas maneiras: sobre suportes físicos materiais, mas também, de forma crescente, em suportes energéticos imateriais e este “corpo medial das imagens” (SCHULZ, 2005) é o tema das teorias da mídia. Nestas teorias há uma tendência de priorizar-se o aspecto técnico dos media e com isso dar mais ênfase à sua performance e uso. Deste ponto de vista as imagens geralmente são categorizadas de acordo com inovações técnicas (armazenamento, processamento e distribuição) que pouco ajudam a compreender a história das próprias imagens que não se limitam apenas aos seus meios (analógicos ou digitais) mas possuem uma vida própria, mantida pelo fluxo entre meios externo (corpos



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

técnicos artificiais) e meios internos (corpos naturais). Por este motivo Norval Baitello faz o prognóstico de que

uma Teoria da Imagem, ou uma Ciência da Imagem, tal qual a propõe Hans Belting, [...] será um campo de investigação cada vez mais indispensável dentro das Ciências da Comunicação, quanto mais dentro das Ciências da Cultura como grande área da qual aquelas devem participar (2010, p.70).

Referências bibliográficas

BAITELLO, Norval **A serpente, a maçã e o holograma**: esboços para uma teoria da mídia. São Paulo: Paulus, 2010.

BELTING, Hans. **Der zweite Blick**. Bildgeschichte und Bildreflexion. München: W. Fink, 2000.

_____. **Bild-Antropologie**. München: W. Fink, 2001.

_____. **Image, Medium, Body: A New Approach to Iconology**. The University of Chicago, Chicago, v. 31, n. 2, p. 302-319, 2005. Disponível em: < http://criticalinquiry.uchicago.edu/past_issues/issue/winter_2005_v31_n2>. Acesso em: 20 set. 2015

MITCHELL, WJT. **Four Fundamental Concepts of Image Science**. in: ELKINS, Jim (ed.). Visual literacy. New York: Routledge, 2009.

PROSS, Harry. **Medienforschung**. Film, Funk, Presse, Fernsehen. Darmstadt: Carl Habel, 1972.

SACHS-HOMBACH, Klaus. **Das Bild als kommunikatives Medium**. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft. Köln: Halem, 2014.

SCHULZ, Martin. **Ordnung der Bilder**. Eine Einführung in die Bildwissenschaft. München: W. Fink, 2005.

WIESING, Lambert. **Die Sichtbarkeit des Bildes**. Geschichte und Perspektiven der formalen Ästhetik. Frankfurt/M: Campus, 2008.

_____. **Artifizielle Präsenz**. Studien zur Philosophie des Bildes. Frankfurt/M: Suhrkamp, 2014.



II Seminário Internacional de Pesquisas
em **Midiatização** e Processos Sociais
