

**IMAGENS CONTEMPORÂNEAS:
ABORDAGENS ACERCA DA ANÁLISE DA IMAGEM**

Elis Crokidakis Castro (UFRJ/UNESA/UNIABEU)

eliscrokidakis@yahoo.it

“Caminhei até o horizonte onde me afoguei no azul” (Emil de Castro)

Para falarmos de imagem, nada melhor do que buscarmos subsídios na arte. E mesmo que a palavra não dê conta de traduzir mil imagens, o que importa é que alguma imagem certamente se cria, mesmo com poucas palavras.

Mas o que é a imagem? Por que nosso mundo está cada vez mais submerso, encharcado no conteúdo das imagens? Que tipo de análise podemos fazer ao observar e pesquisar as imagens?

Vários são os autores que se debruçam sobre essas questões, desde teóricos como Roland Barthes, Martine Joly, os estudiosos de Semiologia, os de cinema, os de propaganda e outros tantos envolvidos com os mais variados tipos de imagens. Todos tentam decodificar o que seria a imagem.

Martine Joly, em seu livro “Introdução à análise da imagem”, inicia dizendo que vivemos em uma “civilização da imagem”, e que a leitura que fazemos dessas imagens é algo que parece natural, mas que para, de fato, entendermos os sentidos das imagens seria necessário que fizéssemos uma análise das imagens a que somos expostos. Segundo a autora, toda análise parte do princípio de que a imagem quer passar uma mensagem, ou seja, de que a imagem é uma mensagem visual.

Para então analisarmos as imagens que temos, necessitamos de ferramentas, de métodos, de elementos que nos façam construir um universo teórico, a fim de problematizarmos o que vemos.

Assim, antes de tudo, devemos definir que tipo de imagem será analisada, e não fica fácil definir o que seria a imagem e a qual tipo ela pertence, quando estamos numa sociedade como a nossa. Há

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, N° 04

inúmeras significações para o termo imagem. Pode-se falar em imagem como imagem da mídia, que se liga diretamente à televisão e à publicidade, pode-se falar em imagens do inconsciente, imagens de quadros, imagens de satélites e outras tantas, mas pensarmos em apenas uma imagem, como a da mídia, seria uma simplificação que prejudicaria a compreensão do assunto como um todo, prejudicaria o que chamamos de imagem contemporânea, que na verdade consiste num misto de diferentes imagens que constituem o nosso cotidiano pós-moderno.

Quando tratamos de imagem contemporânea, devemos entender que vários tipos de imagens coexistem, tais como as da mídia, a fotografia, a pintura, o desenho, a gravura, a litografia, as imagens de computador, todos os meios de expressão visual. Tanto imagens fixas quanto imagens animadas.

Partindo, então, desse contexto, percebemos que a noção de imagem vem desde tempos remotos, desde os primeiros desenhos nas cavernas, desenhos que serviam para a comunicação, que possuíam um sentido que ia desde o dia a dia do homem pré-histórico às suas relações com a religião e a magia.

Dessa forma, temos estudos antropológicos ligados a imagens, como também temos estudos no campo da arte ligados a representações visuais como afrescos, pinturas, ilustrações decorativas, desenhos, gravuras, vídeos, filmes, fotografias e até imagens em síntese, que são as “novas imagens” produzidas em computador, como videogames e outros elementos que criam o universo virtual.

Por outro lado, o termo imagem também é usado para a psicologia e em campos científicos como a medicina, a matemática a física, a astrofísica, a informática, a biologia, a meteorologia etc.

Na psicologia, as imagens mentais, o sonho etc. são como a representação mental do que vemos, ou visualizamos, isso pode ser exemplificado com o fato de os sonhos darem a sensação de que são como filmes. No campo científico, é cada vez mais utilizada a imagem para ajudar a observar e interpretar os diversos fenômenos físicos; neles, a interpretação das imagens é processada em números, para que haja um completo controle por parte do cientista. Já na medicina, são inúmeros os exames que hoje podem ser feitos com

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04

imagens, permitindo maior observação da doença ou da vida, como as ultrassonografias de fetos, as tomografias e todas as “cópias” (endoscopia, colonoscopia, histeroscopia etc.) que existem. Por fim, nas ciências humanas, também são estudadas imagens de grupos sociais, de profissionais, de guerra, de filmes, literárias, poéticas – nessas, as metáforas são o melhor objeto de estudo e o mais utilizado por poetas e também prosadores.

Assim, para dar conta de tantas imagens diversas, necessitam-se de técnicas e ferramentas além de um objetivo a ser alcançado.

A princípio, a análise da imagem pode se pautar no instrumental da semiótica, disciplina antiga – mas que modernamente foi mais desenvolvida nos estudos de Peirce. Para a semiótica, o objetivo é buscar os sentidos, a produção de sentido do objeto. Essa ciência trabalha com interpretações dos signos, esse é uma coisa que está no lugar de outra.

Logo, a imagem é vista como signo, é uma representação de algo. Não é a coisa concreta mas o que a identifica como se assim fosse. Partindo disso, a pesquisa com a imagem deve levar em conta que o papel do analista é “decifrar as significações que a ‘naturalidade’ aparente das mensagens visuais implica”, diz Joly.

Nesse sentido, deve haver um posicionamento de quem analisa, ou ele se coloca do seu próprio lado, da recepção da obra, ou busca a chamada “intenção do autor”. Em ambos os casos, a análise não se exime de estudar o seu contexto histórico, social econômico etc., já que a imagem da obra de arte é bem mais dependente da expressão do que a da comunicação, ainda de acordo com Joly.

Outra questão a ser abordada na pesquisa com imagem é a da função da análise, que pode ser desde uma compreensão mais abrangente da imagem, passando por funções pedagógicas e também, digamos, comerciais, que são as análises que atendem à propaganda, ao marketing e a todo esse universo midiático. Sendo mais explícitos, podemos falar em imagens de marcas, imagens que se associam a produtos e se relacionam diretamente com comportamento de mercado, em suma, em compra, venda e lucro.

Dessa forma, o objeto da pesquisa com imagem deve, antes de tudo, ter bem claro o que se quer analisar na imagem, se é desco-

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, N° 04

brir a mensagem dos signos, se a natureza dos elementos que a compõem, se a descoberta da mensagem implícita, se a compreensão da mensagem etc. A análise sempre será traçada em direção a essa busca, qualquer que seja ela e qualquer que seja a função da imagem que também é importante para a compreensão do seu conteúdo.

Para entender a função da imagem, pode-se recorrer às funções da linguagem da comunicação, definidas por Jakobson. Os elementos da comunicação se organizam em receptor, emissor, mensagem e código, e as funções atribuídas a esses elementos podem ser definidas em referencial, emotiva, poética, fática, metalinguística e conativa. Tais funções podem ou não ter sua completa adequação. Há funções que são mais difíceis de serem observadas nas imagens, como a metalinguística, e outras que devem ser observadas sob o ponto de vista das funções implícita e explícita para que o sentido seja totalmente apreendido.

A imagem também pode não servir ao propósito de ser analisada, quando ela serve como instrumento de intercessão entre o homem e o próprio mundo; nesse caso, a imagem não visa a uma comunicação, mas é um símbolo, é o caso das imagens religiosas, que visam fazer apenas a ligação entre o homem e o divino.

Também elementos ligados à expectativa na recepção e aos contextos podem ser observados na análise da imagem. Correntes de pensamento como a Estética da Recepção e o Estruturalismo podem pautar análise servindo de referência para a interpretação analítica da imagem. Logo, tais questões associadas a elementos como cor, textura, forma, composição etc. fazem parte de um universo de análise das imagens, entretanto esses elementos podem ser outros, podem ser mudados quando a imagem a ser analisada não for um quadro, mas uma peça publicitária ou um filme.

Roland Barthes foi um dos primeiros teóricos a analisar a imagem da propaganda e a distinguir os mais variados elementos que ela possui que não são apenas imagéticos, mas também verbais. A propaganda usa as mais variadas linguagens com variadas funções. São material linguístico, icônico não codificado e codificado que ao se articularem misturam seus significados dando uma mensagem global.

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04

Outra questão a que o analista da imagem deve estar atento é a da retórica da mensagem, ou seja, a mensagem que pode estar subentendida no texto dado, ou na imagem. Essa mensagem frequentemente quer dizer algo diferente do que representa no primeiro grau. Essa técnica é muito utilizada na propaganda, principalmente de televisão. Por exemplo, um anúncio de remédio para impotência sexual que não diz o nome do remédio nem o que ele faz e somente exalta a qualidade de vida de quem toma, revelando a cor azul do medicamento, acaba por lembrar ao espectador] o nome do laboratório.

Existem mensagens que são verbais e imagéticas, nas quais é clara a necessidade da palavra para dar corpo à imagem para suprir a expectativa do espectador. Barthes chama esse fenômeno de função de revezamento, em que há uma complementaridade entre a imagem e as palavras, função que deve ser muito observada pelo analista, assim como elementos que possuem uma interpretação voltada para aspectos antropológicos como cor, iluminação, formas etc.

Partindo desses elementos, pode-se analisar desde um quadro – um Picasso ou um Van Gogh –, retirando dele mais mensagem do que se pode supor, como também se pode analisar imagens em filmes, em propagandas e mesmo estabelecer relações entre a memória e as imagens por ela criadas.

O trabalho entre memória e imagem tem sido desenvolvido tomando-se a imagem como objeto da pesquisa social. Segundo Koury, professor da UFPB, em seu livro, *Imagem e Memória-ensaios em antropologia visual*, “a utilização das imagens, quer como objeto, quer como instrumento na pesquisa social, requer um rigor conceitual daquilo que se pesquisa, a mensagem cultural transmitida ou remontada em outra linguagem que não puramente escrita, que ajude a sintetizar ampliando os horizontes de compreensão da pesquisa em si” (p. 08). Para ele, ainda se buscam elementos para criar uma ciência social da imagem e do visual, pensando-se em um conceito interdisciplinar.

Assim, as ferramentas metodológicas para análise de imagem seriam muito mais precisas com elementos antropológicos da arte, da literatura, da comunicação etc., em que a articulação de todos os elementos auxiliariam a ter uma compreensão melhor da imagem, seja

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, N° 04

da fotografia – que no seu “jogo de revelar e ocultar constitui-se uma dialética da construção da imagem do mundo do homem e de seus dilemas, a vida, a doença e a morte” (Koury, p. 14) –, ou no cinema – como nos filmes etnográficos que produzem efeito de “ativar a memória, dando sensação “confusa” do re(viver) situações que foram registradas ao longo da vida” (Koury, p. 15) – e em muitas outras imagens que são veiculadas na mídia, nos museus, e no nosso dia-a-dia, ou até mesmo como instrumento pedagógico – como no material de ensino a distância via internet. Por fim, parafraseado o poeta Emil de Castro, que diz: “O importante não é a palavra mas sua espinha submersa”, afirmamos que o importante não é a espinha, mas sua imagem submersa.

BIBLIOGRAFIA:

CASTRO, Emil. *Aprendiz do nada*. Rio de Janeiro: Cátedra, 1992.

JOLY, Martine. *Introdução a análise da imagem*. São Paulo: Papyrus, 1994.

KOURY, M. G. P. (org). *Imagem e memória*. Rio de Janeiro: Garmond, 2001.