

# A imagem na cultura do pós-modernismo

João Valente Aguiar

Introdução: cultura, pós-modernismo e acumulação flexível

Precedente à abordagem da especificidade do *pós-modernismo enquanto realidade cultural*, assume relevância apreciar analiticamente a inter-relação entre a mudança econômica e a mudança cultural operadas nas pretéritas décadas. Entre os vários autores possíveis de abordar sobre esta temática, podemos ressaltar o nome de David Harvey. No que concerne ao estudo do modo como as relações econômicas capitalistas têm se articulado com os “campos de produção cultural” (Bourdieu, 2001, p. 37), este geógrafo britânico fornece pistas que importa reter. Começando por citar a renomada publicação de arquitetura sediada na Universidade de Nova York (a revista *Précis 6*), percebe-se um reconhecimento de que a “cultura da sociedade capitalista avançada sofreu uma mudança profunda nas *estruturas de sentido*” (*apud* Harvey, 1990, p. 39), isto é, a produção de subjetividade humana e social sofreu uma reconfiguração apreciável no quadro de dinamismo que caracteriza as sociedades contemporâneas. Paralelamente, o próprio Harvey pronuncia-se, genericamente, na mesma direção: “existe algum tipo de *relação necessária* entre o ascenso das formas culturais pós-modernistas e a emergência de modos mais flexíveis de acumulação de capital” (*Idem*, p. vii, grifos nossos).

Harvey apresenta um conjunto de proposições que diferenciam a sua perspectiva teórica sobre as novas dinâmicas do capitalismo global da pers-

pectiva de vários outros autores tão diversos como Scott Lash e John Urry (1987), Daniel Bell (1976) ou Manuel Castells (2005). Com efeito, Harvey aprofunda a sua análise debruçando-se sobre a relação propriamente dita entre mudança econômica e mudança cultural. Ou seja, o autor direciona o fio condutor da sua cadeia argumentativa para a sucessão de fenômenos que se estabeleceram e estabilizaram no universo cultural. Com efeito, o pressuposto-chave enunciado por Harvey consubstancia-se na assunção de que o “pós-modernismo surgiu no meio de um clima de economia profundamente volatilizada, de construção e reposicionamento da imagem política e de uma nova formação das classes sociais” (Harvey, 1990, p. 336). Na sequência disso, deu-se a articulação entre acumulação flexível e pós-modernismo e que se espelha na interpenetração e interligação entre tendências de diversificados matizes, verificadas a seguir.

*“Economia de larga expansão/empreendedorismo/individualismo” (Idem, p. 340).*

A atual forma de organização capitalista das relações de produção enaltece os valores do empreendedorismo empresarial e a concorrência entre os recursos humanos (entre o fator produtivo trabalho), acabando por instigar a profusão do individualismo e de comportamentos egotistas por parte dos agentes sociais.

*“Deslocalização de unidades produtivas/desconcentração geográfica da atividade industrial/contraurbanização e gentrificação das cidades” (Idem, ibidem).*

A “reestruturação produtiva” (Antunes, 2006, p. 18) da base material (tecnológica e organizacional) do capitalismo, bem como a elevação da produtividade na indústria e a correlativa expansão do setor dos serviços nos Estados centrais da economia-mundo, todos esses fatores induziram a deslocação de inúmeras unidades produtivas situadas nas faixas envolventes das grandes metrópoles deste segmento da economia-mundo para países da periferia, da semiperiferia ou para regiões de industrialização difusa. Por seu turno, registou-se uma desconcentração geográfica das unidades industriais. Por arrasto, o rearranjo interno do tecido urbano sofreu pressões para um processo de *gentrificação*.

*“Poder financeiro/neoliberalização das políticas estatais/profusão do número de indivíduos sem-abrigo” (Harvey, 1990, p. 340).*

A hegemonia econômica do capital financeiro acelerou o processo de desvinculação do Estado de toda uma série de serviços públicos nas áreas da

saúde, educação, segurança social, entre outros. Previamente, o Estado-Providência perdeu, parcial ou totalmente, o tecido empresarial de que era o principal ou, mais raramente, o único detentor (telecomunicações, eletricidade, transportes, indústria química, indústria automóvel, siderurgia, bancos etc.). O Estado deixou de ser visto como um regulador econômico e como orientador geral de políticas públicas de combate e/ou correção de fenômenos de pobreza e de desigualdades sociais. As visões assistencialistas do Estado tornaram-se dominantes junto da generalidade dos partidos políticos do chamado “arco governativo”. Por conseguinte, esta nova reorientação das políticas sociais não tem conseguido combater novas (e velhas) formas de pobreza e exclusão social.

*“Desindustrialização e falência da estrutura técnica fordista/tecnologias eletrônica e digital/financeirização/volatilidade dos capitais/indeterminação” (Idem, p. 341).*

A crise do fordismo e de toda a sua ossatura técnica baseada na estandarização e desqualificação absoluta das tarefas produtivas, que, por sua vez, assentava na “separação entre concepção e execução” (Braverman, 1974, p. 124), abriu portas para novas tecnologias. Novas tecnologias em que a digitalização da informação assume especial relevo. Ora, o desenvolvimento e a aplicação maciça das novas tecnologias da informação e da comunicação permitiu um apreciável crescimento do volume de transações nos mercados financeiros de todo o mundo. Tal circulação frenética e desordenada de capitais e títulos bolsistas cria, no cidadão comum, sentimentos de indeterminação acerca dos processos sociais e econômicos que subjazem a essa lógica de financeirização da economia.

*“Reprodução social e econômica/valorização e desvalorização do capital/consumo e moda(s)/efemeridade” (Idem, p. 341).*

Os processos de reprodução das estruturas sociais do capitalismo obedecem, entre outros aspectos, à necessidade contínua que o sistema econômico tem de incrementar o volume de valor econômico produzido e, posteriormente, realizado. A elevação da produtividade e a aceleração da velocidade de rotação do capital – visível na obsolescência crescente das várias mercadorias – reduzem o tempo de duração dos ciclos econômicos de crescimento, estagnação e recessão. A necessidade de valorizar massas crescentes de capital em períodos de tempo cada vez mais curtos torna-se cada vez mais aguda, sob pena de não se realizar um volume de valor suficiente para revigorar o investimento produtivo. Para responder a essas dificuldades, o mundo em-

presarial tem apostado na criação de segmentos de mercado crescentemente especializados e individualizados como forma de elevar os níveis de consumo e a consequente renovação do estoque de mercadorias. A constante replicação dos desejos de consumo fomenta a efemeridade de modas, de padrões de consumo, de produtos e, consequentemente, de estilos de vida.

Entretanto, um outro cientista social, Fredric Jameson, desenvolveu um arsenal teórico sobre a mesma problemática. Dado um conjunto alargado de pontos comuns entre os dois autores, retratar-se-á apenas o que distingue um do outro, ou seja, as contribuições mais relevantes de cada um dos autores. Em poucas palavras, Jameson afirmará, de um modo inequivocamente explícito, a tese do *pós-modernismo como força cultural dominante na era da acumulação flexível/capitalismo tardio*. Rejeitando que toda a vida cultural se esgote no pós-modernismo, o autor sustenta a asserção de que “o pós-moderno é o campo de forças em que os diferentes tipos de impulsos culturais fazem o seu caminho” (Jameson, 1993, p. 6). Ao longo de toda a sua obra, Jameson irá regressar a este item, reforçando a ideia de que a hegemonia cultural do pós-modernismo releva para a “possibilidade de recodificar vastas quantidades de discursos preexistentes (noutras linguagens) num novo código” (*Idem*, p. 395). Hegemonia cultural que não depende de dispositivos de coerção física, nem de puras e inevitáveis imposições normativas, mas onde a “conquista da hegemonia discursiva” nas diversas linguagens do espaço social – linguagem cotidiana, política, mediática, publicitária, acadêmica e científica – é sistematicamente produto de “lutas discursivas” (*Idem*, p. 207) entre agentes, grupos e classes sociais. A presença de focos de conflito social no plano do discurso é evocada por Octávio Ianni:

A visão do mundo delineada na língua não é isenta de tenções, hiatos ou contradições, já que leva consigo algo ou muito do jogo das forças sociais, compreendendo disparidades e desigualdades. Em geral, a visão do mundo predominante em dada língua e em dada época pouco expressa do que se pode considerar a perspectiva de grupos sociais e classes sociais subalternos. Os subalternos, para se manifestarem e revelarem as suas visões alternativas ou não, precisam apropriar-se não só das formas mas também dos segredos da linguagem dominante (1999, p. 52).

Por conseguinte, o discurso, a palavra, o símbolo, a imagem, são alguns dos vértices do polígono social global em disputa pelos vários grupos sociais que se movimentam na paisagem social. Visualiza-se aqui como a interpe-

netração do material com o simbólico perpassa a tessitura social contemporânea. Números, palavras, imagens, simbologias e representações subjetivas não são epifenômenos ou reflexos puros da base material do real social, mas elementos constituintes (e constituidores) do real, interagindo contraditória e complexamente com o material.

O pós-modernismo será, nesse âmbito, perspectivado como uma bateria ideológico-cultural que não é derivado ou colagem da acumulação flexível na esfera cultural, mas uma entidade relativamente autônoma, integrada na estrutura global do modo de produção capitalista. Nomeadamente, na forma como este se configura hoje na sua globalidade econômica, política e cultural. A assunção do pós-modernismo como a lógica cultural dominante na recente fase de desenvolvimento do capitalismo é particularmente bem trabalhada por Fredric Jameson quando da sua reflexão sobre a cultura do simulacro. Por seu turno, esta alarga a sua expressividade a partir do momento em que na sociedade “o valor de troca se tenha generalizado a tal ponto em que a memória do valor de uso é obliterada” (Jameson, 1993, p. 18), isto é, quando este se esfuma do horizonte de significados dos agentes sociais. Melhor dizendo, quando o valor de uso – ou seja, as utilidades e as necessidades sociais – é determinado menos pela subjetividade simbólica dos agentes sociais do que pela inscrição de bens e serviços (culturais ou outros) no *core* da valorização do capital, a cultura do simulacro adquire um grau mais significativo de vitalidade. A dialogia entre objeto e sujeito é não apenas revertida, como a percepção e a avaliação simbólica (coletiva, grupal ou individual) do objeto deixa de depender da *instrumentalidade* que este tem para aquele. O sujeito passa a consumir o objeto em ordem a rentabilizar a propriedade comum a todos os objetos-mercadoria: a reprodução incessante e cada vez mais desejada do volume de capital. O valor de uso mais do que apenas subsumido ao valor de troca é produzido por este último. A cultura do simulacro é, assim, *um desdobramento* da realidade cultural do pós-modernismo e que compartilha pontos comuns com o fetichismo da mercadoria (Marx, 1990, pp. 88-102). Por outro lado, a cultura do simulacro típica do pós-modernismo agrava a inversão entre sujeito e objeto no capitalismo, na medida em que resguarda essa inversão, não a assumindo faticamente. A este título, a imagem pós-modernista terá um papel relevante, asseverando-se como potente executor (e motor) da cultura do simulacro em toda a esfera cultural.

Pós-modernismo, exacerbação da *transmutação imagética*  
e o *primado da imagem*

No que respeita ao pós-modernismo, destaca-se um duplo movimento paralelo e dotado de reciprocidade. Na face *econômica* desse movimento, a explosão dos mercados financeiros, a volatilidade dos investimentos bolsistas, o caráter quase imediato das transações de capitais financeiros e a canalização e crescentes recursos da esfera econômica produtiva para os domínios do “capital fictício” (Marx, 1991, pp. 525-542) tendem a acelerar a circulação de capital-dinheiro e, paulatinamente, introduzem dinâmicas de conversão de atividades humanas desligadas *a priori* do mercado (desporto, saúde, educação) e de um vasto patrimônio natural (água, terra, ar) em fundos de investimento, títulos e cotações bolsistas. Assim, o universo da mercadoria alarga-se a territórios virgens ou simplesmente abrangidos num menor grau pelos mecanismos da mercadorização e da mercantilização. A cultura não foge a esta regra. Na face mais *simbólico-cultural* do duplo movimento em questão, manifesta-se a elevação ao máximo do fetichismo da mercadoria no pós-modernismo. Ou seja, a *transmutação imagética* vai, de um lado, reproduzir numa escala ainda mais ampla a opacidade das relações de produção de mercadorias, no nível da troca e do consumo, como, de outro lado, a troca mercantil terá em si plasmada um forte conteúdo visual e um intercâmbio assinalável de imagens. Em poucas palavras, no pós-modernismo ocorre uma *exacerbação da transmutação imagética*. No fundo, o fenómeno da inversão entre sujeito e objeto ganha um novo vigor. Paralelamente, suas ramificações no âmbito do aproveitamento da imagem na consecução da referida inversão levam-nos a equacionar como a dimensão visual se integra no cerne da dinâmica econômica.

Nesse sentido, David Harvey problematiza a relação entre mercadoria e imagem, tendo postulado que a elevação da volatilidade das mercadorias no mercado e da rotação do capital implica um nível mínimo de ajuste entre as expectativas da acumulação capitalista e as expectativas dos agentes sociais produtores e consumidores de mercadorias. Consequentemente, a “construção de um novo sistema de regras e imagens” é um “aspecto importante da condição pós-moderna” (Harvey, 1990, p. 287). Desse modo, o autor aponta, de um lado, a publicidade e as imagens dos *media* e seu papel “integrativo das práticas culturais” (*Idem, ibidem*), enfatizando a sua crescente importância no aplainamento e criação de condições favoráveis ao consumo e à formação do consumo. De outro, a imagem fornece às merca-

dorias e os respectivos setores de produção, distribuição, comercialização e *marketing* um *revestimento visual apelativo e criador de empatia e identificação subjetiva*<sup>1</sup> entre o agente consumidor e a mercadoria. Portanto, dentro desta abordagem, a imagem cumpre o papel de alimentador simbólico-cognitivo de uma massa tendencialmente crescente de consumidores e, em simultâneo, opera como um *fator propulsor de novas necessidades*. Dessa forma, defende Harvey, a “mercadorização [*commodification*] das imagens do tipo mais efêmero possível assemelhar-se-ia a um enviado divino [*godsend*] do ponto de vista da acumulação do capital” (*Idem*, p. 288). Do mesmo modo, a competição na produção de imagens comunica diretamente com a competição interempresarial no mercado, tornando o investimento na construção de uma marca, no *marketing* e/ou nos patrocínios na arte, no desporto ou na ciência, variáveis decisivas para o próprio sucesso económico de um grupo empresarial. Em síntese, a relação estrutural entre as instâncias económica e cultural adquire novos contornos.

Nesse sentido, avançamos com a proposta de que a ênfase do papel da imagem no quadro da realidade cultural pós-modernista fundamenta que a substância da imagem no pós-modernismo seja construída numa lógica de *espartilhamento*. Quer dizer, a imagem, contrariamente às concepções positivistas mais arraigadas, não é transparente e não vale em si e por si mesma. De fato, ela nunca é unívoca e linear e sua produção e recepção implicam processos de filtragem tanto da sua “arquitetura” interna como das mensagens que transmite. Este carácter da imagem demonstra uma maior riqueza, densidade e complexidade. Por exemplo<sup>2</sup>, os cartazes ou os anúncios publicitários das últimas décadas que comumente agregam uma figura feminina e erotismo à exposição de um qualquer automóvel, relógio ou outro utensílio para venda apontam para uma combinação e sobreposição de camadas de sentido isoladamente incongruentes e funcionalmente distintas entre si. Por conseguinte, a composição de imagens parece obedecer a certo caos (quanto mais não seja, aparente) e a uma fragmentação da imagem. Contudo, o todo imagético integra as suas partes sob a égide de um princípio de valorização acrescida e aumentada do conteúdo visual a transmitir. Em suma, o “logocentrismo” (Jameson, 1993, p. 69) de que nos fala Jameson é o pano de fundo onde diversas películas se colam literalmente umas nas outras. Subentenda-se, portanto, que o princípio do logocentrismo se alicerça como “a genealogia orgânica do projeto coletivo burguês” que interage com o neoliberalismo/acumulação flexível e o pós-modernismo. Assim, o logocentrismo “tornou-se entretanto ele mesmo uma vasta cole-

1. Este revestimento visual apelativo e criador de empatia e de identificação subjetiva entre o agente consumidor e a mercadoria apaga ou suspende outros códigos culturais e subjetividades grupais, como a consciência de classe, em prol da difusão de um ideal-tipo de consumidor, paradoxalmente, considerado *individualmente* como um agente livre e racional no consumo, e apreendido *coletivamente* como parte de uma comunidade geral e *qualitativamente* homogênea de consumidores que partilham um mesmo ideário: consumir mercadorias. A diferenciação interna desta comunidade edificada no tabuleiro das representações simbólicas coletivas passaria apenas por questões quantitativas como o volume de recursos económicos e sociais de cada agente consumidor com os quais joga no mercado. Daí que na feliz elucubração de David Harvey “a imagem sirva para estabelecer uma identidade” daqueles “com o mercado” (1990, p. 288).

2. Todos os exemplos

concretos apresentados no ensaio funcionam como ilustrações de uma determinada tese teórica e não como um objetivo de desenvolvimento extensivo do caso retratado.

ção de imagens, um multiplicado e numeroso simulacro fotográfico” (*Idem*, p. 18). A colagem e a sobreposição de imagens não é, conseqüentemente, um semear aleatório e imprevisível de texturas imagéticas e visuais, mas entronca-se num nó que interliga um eixo assente na explosão do instantâneo visual, com um outro eixo imbricado no solo sociocultural mais vasto do pós-modernismo como realidade cultural da acumulação flexível.

Este *primado da imagem* na arte (e cultura) pós-modernista é argutamente descrito por Perry Anderson. Este autor britânico ilustrou a tendência que temos vindo a apresentar, oferecendo um leque de casos significativos e que auxiliam a corroborar nossa tese. Nesse sentido, Anderson dá relevo à “crescente interpenetração” (1998, p. 60) das artes plásticas com o *design* gráfico e a publicidade. A *pop art* – e seu expoente máximo, Andy Warhol – exprime a “superficialidade pós-moderna” no “espaço pictórico”, por meio da aposta que esta corrente artística realizou nas suas “imagens consecutivas hipnoticamente vazias das páginas de moda, da prateleira do supermercado, do ecrã da televisão” (*Idem, ibidem*). Assim, na *pop art* (e em muitas expressões culturais pós-modernistas) a união de esforços entre a chamada arte erudita – neste caso, a pintura –, a aplicação técnica da arte-desenho à produção de objetos da vida cotidiana (o *design*) e a publicidade corresponderia tão-somente a uma quebra das fronteiras entre alta cultura e cultura de massas, pretense sinônimo de mesclagem e fusão de distintas formas de produção e apreensão cultural. Tratar-se-ia de uma (pretensão teórica de) diluição da produção artística em toda a estrutura social. Logo, tudo é arte ou, pelo menos, tudo teria a marca da arte. Ora, se tudo é arte, facilmente se poderá deduzir que nada é arte, dado o estado pantanoso entre o que seria específico da esfera da estética e a realidade social envolvente. Tal leitura genérica, aplicada a um mundo social onde coexistem o neoliberalismo com o pós-modernismo, reitera ainda que a cultura se mercantilizou, e que a economia se culturalizou, esbatendo as fronteiras orgânicas e sociais entre ambas as esferas. Pavimenta-se, dessa forma, um caminho de elaboração teórica paralelo à já referida diluição entre arte, cultura e sociedade. Tal não significa que os argumentos evocados em torno da “estetização da vida cotidiana” (Featherstone, 1996) não tenham pertinência. Do nosso ponto de vista, o pós-modernismo – a “lógica cultural do capitalismo tardio”, segundo Jameson – incorpora a produção de sentido, isto é, a subjetivação humana no objeto-mercadoria. Estabelece-se uma mais enraizada interação entre cultura e economia. Contudo, a bidirecionalidade registrada não é fluida e, portanto, está longe de se constituir como um *continuum* homogêneo. Se a

mercadoria necessita cada vez mais da imagem – logo, de uma significação simbólica e cultural densa – para reproduzir, num ritmo e num volume mais intensos, todo o circuito econômico que lhe subjaz, não nos devemos esquecer que a *sobredeterminação* da instância cultural pelo econômico implica que a exacerbação da *transmutação imagética* no pós-modernismo amarre a construção e a transmissão da imagem à valorização do capital.

Retomando o tópico referente ao entrelaçar profundo entre artes plásticas, *design* gráfico e publicidade, no que à *imagem* concerne reafirme-se o seu “estatuto” de *primado* na estruturação das dinâmicas culturais que temos analisado. Nesse sentido, o tríptico enunciado por Perry Anderson não comporta uma igualdade de condição. Ou seja, a publicidade submete os restantes elos da cadeia ao desígnio de revalorização da imagem, em ordem a incrementar a venda (e consumo) de mercadorias. Esta relação estreita entre a mercadoria e a imagem, *recentra* a publicidade como atividade de *promoção simbólica e ideativa* da mercadoria, deixando a seu dispor contribuições das artes plásticas e do *design*. Para Anderson o fato de a pintura ter uma localização privilegiada no mercado das obras estéticas – “o mercado das pinturas envolve potencialmente maiores taxas de retorno em relação ao investimento inicial do que noutras artes” – determina que esta seja a arte que melhor e mais profundamente tenha sido absorvida pelo pós-modernismo:

Uma pintura é barata a produzir, porque não envolve técnicas de reprodução – sem guindaste e sem ferro, sem câmara e sem estúdio, sem orquestra, sem impressão. Por esta mesma razão, por ser não-reprodutível – ou seja, única – pode tornar-se incomensuravelmente valiosa. A este paradoxo acrescenta-se um outro ligado à pintura propriamente dita. Em nenhuma outra arte a barreira à inovação formal é tão baixa. Os constrangimentos da inteligibilidade verbal, sem falar das leis de engenharia, são muito mais rígidos do que os hábitos do olho. Mesmo a música, dependente de técnicas especializadas do ouvido, é menos livre, como a infinitamente pequena audiência dos experimentalismos modernistas evidenciaram. É por isso, sem acidente, que a pintura tenha começado a romper as convenções da representação muito antes de qualquer arte, mesmo da poesia, e testemunhou o maior número de revoluções formais nos últimos decênios (Anderson, 1998, pp. 94-95).

Esta quebra com as “convenções da representação” interliga-se com a transformação que ocorreu do modernismo para o pós-modernismo, no que diz respeito a seu pivô estético: a passagem de uma atenção muito

centrada na elaboração da forma para o *primado da imagem*. Essa ideia é um bom ponto de partida acerca de mais algumas coordenadas teóricas relativas à dominância da imagética pós-modernista sobre a forma. Segundo David Harvey, a cultura modernista, nomeadamente a sua estética, patenteava um cultivo dos recursos formais. Por inerência, a obra artística obedecia a um cânone orientado para uma estruturação da forma, considerada por Harvey como “conjuntiva e fechada” (Harvey, 1990, p. 43). Portanto, a noção de criação artística modernista fundou-se como totalização e síntese formal elaborada, complexa, acabada e virada para uma interpretação um tanto unívoca. Inversamente, a obra pós-modernista secundariza a forma em relação à imagem, sem que com esse novo passo desenhe algum tipo de ascensão do *conteúdo* sobre a *forma*. Com efeito, a imagem substitui a forma como coluna vertebral do conceito estético da *art pour l’art*. O paradigma estético é parcialmente o mesmo, na medida em que a arte continua a ser percebida pelo pós-modernismo como autorreferente – *em si* mesma e *para si* mesma – e (ainda mais) hermeticamente selada às *influências* do restante mundo social. Ao mesmo tempo, a forma reenquadra-se na obra pós-moderna tendo em mente o *primado da imagem* e seus postulados anexos (ver *supra*, espantilhamento da imagem e caos e sobreposição de camadas na composição da imagem). Dessa maneira, o poder da imagem na cultura pós-modernista espelha-se também nas consequências que induz na forma da obra de arte mais recente. Aqui, a forma é amplamente desestruturada, “disjuntiva e aberta” (*Idem, ibidem*). Sincronicamente, a forma subsumida à imagem dá guarida às noções antinarrativas na produção artística (Jauss, 1978; Rorty, 1993; Eco, 1989) que defendem que a interpretação da obra de arte não tem necessariamente de se efetivar, podendo mesmo ser múltipla e multiplicada pelos sujeitos receptores.

Para rematar esta seção, a imagética pós-moderna enforma um substrato simbólico com uma vertente ideológica. Em outras palavras, importa adicionar aos argumentos expostos um ponto deveras capital, as consequências ideológicas da *exacerbação da transmutação imagética* e do *primado da imagem*. Uma consequência que receberá um enfoque especial na próxima seção é precisamente a que designamos de *efeito de desmaterialização*. Isto é, a imagem na configuração cultural pós-modernista detém uma capacidade de impor representações coletivas com uma amplitude de atuação ideológica elevada, com naturais repercussões na reprodução das estruturas materiais. Nesse sentido, aos olhos dos agentes sociais, a imagem contribui para retirar espessura do tecido social e, ao mesmo tempo, descarnar as relações sociais.

Produto *específico* de relações sociais *específicas*, a realidade cultural do pós-modernismo e sua dimensão visual funcionam, assim, como uma manta de encobrimento dessas mesmas relações sociais. Como vimos, a imagética pós-modernista demonstra uma forte capacidade ideológica para *dissolver* as estruturas materiais e os mecanismos mais profundos e intrincados que subjazem à constituição de uma sociedade, colaborando no seu ocultamento em relação à subjetividade coletiva dos agentes sociais (particularmente nos pertencentes às classes e aos grupos alvo de dominação social, econômica, política e/ou cultural). No fundo, este *efeito de desmaterialização* pontifica na oclusão das condições históricas de produção do modo de produção capitalista na sua fase flexível e neoliberal, portanto, *obscurecendo*, inclusive, os *determinantes* em que a cultura pós-modernista e o correlativo *primado da imagem* radicam. A desmaterialização é, dessa maneira, analiticamente distinta do *efeito de desmaterialização*. Se à primeira corresponderia um processo de liquefação real e concretizado (ou concretizável) das estruturas materiais, o segundo aponta para a colonização das representações sociais por parte de discursos, imagens e enunciados ideológicos que têm como semântica significacional uma pretensa e pretendida efetivação da *desmaterialização*. Na primeira está-se no plano do material, no segundo, no plano do subjetivo e do simbólico. Ambos convivem interativa e necessariamente no real, como *elementos intrínsecos* deste.

#### O efeito de desmaterialização: imagem e noticiário

A cadeia conceitual traçada – *imbricação da acumulação flexível com o pós-modernismo/fetichismo da mercadoria e exacerbação da transmutação imagética/primado da imagem/efeito de desmaterialização* – não pretende situar-se num compartimento puramente teórico e especulativo. O diálogo entre a teoria exposta e o *real-social em equação* procurou ser contemplado independentemente do elevado nível de abstração da cadeia conceitual. Com efeito, de modo a frutificar o diálogo entre processo de conhecimento e processo real, apresenta-se uma exemplificação concreta do *efeito de desmaterialização* na paisagem cultural: uma breve digressão em torno do impacto da imagem na estruturação dos noticiários televisivos.

Os blocos de informação cotidiana nos canais televisivos têm sido, indubitavelmente, um campo fértil para os sociólogos da comunicação e os estudiosos das ciências da informação e da comunicação. Aqui, o nosso objetivo analítico consistirá numa tentativa de construção de um eixo teórico

que permita (ajudar a) compreender a forma como a notícia televisiva é moldada pela imagética da realidade cultural pós-modernista.

O imperativo de a imagem ter de se consagrar no mercado mediático – que integra todas as imagens captadas – implica que o seu numerário de troca, quer dizer, seu preço de transacção simbólica não parta de um domínio quantitativo (como a expressão monetária das mercadorias), mas do maior ou menor *impacto visual* possível e induzido. Este impacto pode ser definido como a *soma* do grau de absorção de reverberações imagéticas formais (luz, cor, encadeamento de imagens, planos de filmagem etc.) com o grau de absorção de reverberações imagéticas substantivas (agentes sociais filmados, *hexis* corporal (Bourdieu, 1998, pp. 75-86), ambiente físico e social etc.) pelos sujeitos receptores, num patamar cognitivo-sensorial. Por conseguinte, seja por meio do insólito, do choque, do horror, seja outra sensação provocada por si, a imagem mais do que direta e imediatamente apreensível *na sua substância*, importa que seu consumo derive *da reação* que venha a provocar o mais direta e imediata possível no universo simbólico-afetivo dos agentes sociais. Nesse sentido, a peça jornalística baixa o período de circulação desde o ponto em que as imagens são captadas até ao momento em que são digeridas/apreendidas pelos telespectadores. Quanto mais curto este circuito, mais cresce a necessidade de repor freneticamente novas reportagens, por sua vez, *formalmente* decalcadas das anteriores e reprodutoras do mesmo circuito. Nesse sentido, a peça jornalística tem uma esperança média de vida reduzida. Ao mesmo tempo, a reportagem sem um impacto visual assinalável dificilmente vence a concorrência. Deduz-se, assim, pela existência de uma homologia entre a linguagem utilizada no campo jornalístico e o discurso neoliberal de reduzir toda a atividade social e cultural a um vasto mercado. Pelo menos é assim que os quadros de topo do campo jornalístico veem a dinâmica da produção de reportagens televisivas. Este parece ser, aliás, o *nomos* do campo. De fato, persiste uma permeabilidade relativa e não absoluta do campo jornalístico à lógica do mercado, pois mantém-se a subordinação e não a substituição completa das leis internas do campo, contribuindo para que se atribua ainda mais importância à aposta nos efeitos sensitivos estimulados pela imagem.

A construção da imagem na reportagem não busca a cobertura de um acontecimento ou fenômeno a partir de uma perspectiva de totalidade. A reportagem não tem que oferecer uma explicação completa do seu objeto. Ao contrário, perspectiva de totalidade reflete-se, ou melhor, poder-se-ia refletir numa abordagem que, tanto ao nível textual propriamente dito como

imagético procuraria enquadrar minimamente o objeto numa contextualização social e histórica. Assim, a *construção da imagem na reportagem* obedece aos princípios de:

- a) Amarrar a sua forma e conteúdo ao *impacto visual* que possa despertar (ver, *supra*, reverberações imagéticas formais e substantivas).
- b) Decorrente do anterior, a imagem traveja a articulação entre forma e conteúdo. Ou seja, o *leitmotiv* da reportagem – a imagem –, de um lado, organiza os elementos formais em ordem a incrementar sua eficácia expositiva e, de outro, opera uma série de cortes na textualidade da reportagem. Esta ação cinde em parcelas o conteúdo perspectivado em termos de horizonte de possíveis. Isto é, o conteúdo substantivo tem como amplitude máxima de abordagem a inclusão de uma perspectiva de *totalidade* e de *complexidade* no seu seio, fato que não ocorre na generalidade das reportagens. *Totalidade* refere-se aqui à visão holística de um fenómeno, no sentido de, através de um olhar amplo e vasto, recobrir no máximo possível de aspectos que compõem um fenómeno. Por seu turno, *complexidade* é o termo municiado para armar vários segmentos densos de mediações do complexificado tecido social que suporta um determinado fenómeno. Assim, o corte na textualidade, ou seja, os procedimentos de separação da abordagem jornalística em relação às perspectivas de totalidade e complexidade forçam um recuo do campo de possibilidades de indagação e prospecção do real por parte do jornalismo na realidade cultural pós-modernista.

Ora, a não consideração de uma perspectiva dupla de complexidade e de totalidade resulta numa descontextualização fácil do objeto da reportagem, corolário natural do *efeito de desmaterialização*. De fato, é a imagem (a sua organização e forma de produção no pós-modernismo) que impele a reportagem neste sentido e não, em primeira mão, a organização e a orientação textual e substantiva desta última.

Convoque-se o senso comum esclarecido para um diálogo com a ciência social e verifique-se como a sua interação – controlada teórica e empiricamente pelo quadro analítico e metodológico do cientista social – pode ser frutífera. Por exemplo, nas reportagens sobre as crises humanitárias e de escassez na África. O horror provocado pelas imagens de desnutrição profunda e pelo sofrimento de crianças famélicas, o choque emocional do visionamento de corpos moribundos e martirizados, em poucas palavras, as reações

3. Obviamente, o fato de os agentes receptores vivenciarem sentimentos de horror a este tipo de fenômeno não constitui necessariamente uma questão moralmente negativa ou condenável, se é que é possível colocar problemas sociológicos nestes termos de base axiológica e normativa.

sentimentais decorrentes de um agregado de imagens criam numa primeira instância um solo cognitivo e mental atravessado pela compunção e por um estado de estupefação perante tal brutalidade. Afirmações simplistas sobre as pretensas causas desse fenômeno<sup>3</sup> incluem referências epistolares à corrupção individual dos governantes africanos ou a uma qualquer concepção que vê o estado do continente como uma questão estritamente culturalista. Mesmo quando simplesmente descrevem uma situação de fome, a densa organização do sistema capitalista internacional e o sistema internacional de Estados (Wallerstein, 1990) nunca surgem, por muito indelevelmente que seja, nas reportagens dos noticiários televisivos. São igualmente raras as reportagens de investigação que abordam esta questão sob um prisma multidimensional, complexo e holístico. O ponto em questão é que a abordagem realizada passa por criar um olhar terrificado, quando não de (ulterior) banalização, assente no descartar de uma perspectiva reflexiva sobre a complexa teia que subjaz a esses fenômenos. Resultado: explicações lineares e com um ponto de vista fixo e rígido sobre o fenômeno tornam-se mais facilmente aceites. Dessa maneira, a enunciação de raciocínios complexos – ou que pelo menos induzam uma reflexão esclarecida *a posteriori* – é preterida em favor de comentários sucintos e monocausais e, sobretudo, dando vantagem a um encaixe visual da imagem que exacerba o grotesco. Em paralelo, esse caráter de imediatez e superficialidade ajuda a promover representações coletivas acerca da pobreza e da fome na chamada periferia do sistema capitalista internacional como fenômenos fatalistas e impossíveis de serem erradicados, quando muito, minorados. A repetição de reportagens imageticamente semelhantes sobre o mesmo tema – e com o mesmo ângulo de perspectivação – reforça ainda mais um sentimento de “inevitabilidade” desses fenômenos. Aqui, a banalização da visão de tais reportagens pode, em termos probabilísticos, caminhar de par em par com uma crescente insensibilidade em relação ao tema. Correlativamente, é possível assistir-se a uma maior fragilidade dos laços de solidariedade com as populações que vivem em situação de pobreza extrema.

Gostaríamos ainda de frisar que a imagética desta modalidade de reportagens – no fundamental, aplicável a peças jornalísticas da mesma tipologia sobre guerras ou catástrofes naturais – cumpre o requisito do *espartilhamento* típico da imagem no pós-modernismo. Quer dizer, a orientação do olhar jornalístico quase exclusivamente para a captação de imagens de massas de excluídos e de corpos vilipendiados pela fome parece confirmar tal hipótese. A recolha de uma face – precisamente a mais visível, ou seja, com

um impacto visual mais destacado e mais imediato – de um fenômeno que comporta variadas camadas de mediações e de processos sociais fundamenta uma objetiva fragmentação do mapa geral do objeto da reportagem. A imagética pós-modernista<sup>4</sup> espelhada nas reportagens televisivas, ao elidir a superfície externa de um fenômeno social da sua complexidade interna, embacia as lentes de percepção dos agentes sociais em relação a múltiplos aspectos da realidade que não são equacionados. Nesse seguimento, parece-nos pertinente enunciar uma série de problemas sociológicos que frequentemente não são equacionados na construção da reportagem televisiva sobre fenômenos de pobreza absoluta: a) subdesenvolvimento crônico de largos setores da periferia do sistema-mundo; b) arrumação internacional dos padrões de especialização produtiva; c) arranjo institucional do Estado nesses países; d) ligação das grandes multinacionais e de organizações como o FMI, o Banco Mundial ou a OMC às elites locais e à defesa de modelos econômicos incapazes de induzir e multiplicar os índices de desenvolvimento social e humano das suas populações; e) a destruição de modos de produção não-capitalistas<sup>5</sup> e que, apesar das suas limitações, demonstraram uma maior eficiência econômica e melhores resultados no que toca à sobrevivência de populações camponesas.

Por conseguinte, o *efeito de desmaterialização* encontra-se presente no exemplo retratado, na medida em que a imagética subjacente ao ciclo metabólico das reportagens televisivas nesta área é atravessada por um vetor de cariz ideológico que concretiza um corte entre a rede de múltiplos e complexamente articulados processos sociais de onde germinam os fenômenos considerados e a sua face exterior, portanto, mais apreensível a uma primeira observação. A separação dos dois universos focados, cortando a comunicação entre ambos, mais do que uma simples interrupção do fluxo bidirecional, é fator e fundamento de uma identificação da totalidade de um processo ou lógicas sociais com uma de suas componentes: a componente fenomênica. O produto desta operação focaliza-se na retração da organicidade e densidade dos fenômenos sociais. No limite, atinge-se uma situação em que se desenrola equiparação entre causalidade e a componente fenomênica e facial do fenômeno. Assim, efetiva-se um desvanecimento do solo material (e sua problematização teórica ou simplesmente de senso comum) em que radicam os fenômenos sociais no nível da reflexividade humana cotidiana. Desse modo, as dimensões de *totalidade* e de *complexidade* de um fenômeno são subtraídas à intelecção dos agentes sociais. Nesse sentido, o fenômeno social em causa, ao ver-se reduzido à sua película epidérmica, acaba por esconder

4. Não queremos com isto afirmar que a imagética pós-modernista seja a única “responsável” pela construção das reportagens televisivas. Seu papel de causalidade é determinante mas, obviamente, nunca exclusivo.

5. Ver a esse respeito os interessantes textos de Michel Chossudovsky sobre o balanço das transformações ocorridas da passagem de modos de produção não-capitalistas para modelos econômicos introduzidos por via dos programas de ajustamento estrutural do FMI. O economista canadense debruçou-se sobre esta problemática partindo dos exemplos históricos da Somália e da Etiópia (2003, pp.147-158 e pp. 207-219). O volume *Produzir para viver: os caminhos da produção não-capitalista*, organizado por Boaventura Sousa Santos (2003) ilustra exemplos de formas de organização econômica e social não-capitalistas na América Latina e na Índia, e sua evolução recente como fatores de resistência ao monolitismo do paradigma econômico neoliberal.

seu esqueleto estrutural e material, alimentando noções travejadas numa reiterada e ambicionada desmaterialização do real social. Em suma, não haveria diferenças significativas entre o real imediatamente observável pelos agentes sociais e o real institucionalmente constituído. Em paralelo, esta sobreposição de planos no nível simbólico-ideativo, proporcionada pelo *efeito de desmaterialização*, repercute-se numa acentuada exacerbação do papel do elemento visual no pós-modernismo, revalorizando, portanto, ainda mais o *primado da imagem* que é imputável à realidade cultural pós-modernista. Cumulativamente, os elementos de ordem imaterial adicionam mais um aspecto ao processo global ideológico denominado *efeito de desmaterialização*. Isto é, a materialidade do real social vê-se ainda mais ocultada e afastada da compreensão subjetiva da generalidade dos sujeitos sociais – individuais e coletivos.

Por fim, vale lembrar que o *efeito de desmaterialização* não é o resultado de uma perversão ou de uma conspiração planejada por entidades inacessíveis e orientado por planos maquiavélicos de manipulação das consciências dos indivíduos. O *efeito ideológico de desmaterialização* concorda com o fetichismo da mercadoria na esfera simbólico-cultural. Recusando uma determinação unidirecional, o *efeito de desmaterialização* considera a relação entre cultura e economia recíproca, desigualmente articulada (expressa na dominação/hegemonia do econômico sobre o cultural), em que o cultural – caso aqui do referido *efeito de desmaterialização* – detém um grau de *funcionalidade* (não de instrumentalidade) em face do econômico, ao mesmo tempo em que resguarda um território relativamente autônomo e com capacidade de diferenciação interna. Assim, sua *funcionalidade* (ou função, para dar voz a um conceito em desuso no vocabulário sociológico, mas que teve uma importância inapagável na história da disciplina) coaduna-se com a transmissão de objetos ideológicos que, por intermédio da sua capacidade de ocultamento de estruturantes pilares da organização social e societária vigente, contribui decisivamente para a reprodução do sistema econômico capitalista. Contudo, o nível estrutural da cultura (e o *efeito de desmaterialização*) está muito longe de ser redutível a formas de fetichização da base material de uma sociedade. Na realidade, a instância cultural é igualmente detentora de lógicas internas relativas à produção e à atribuição de sentido. Em sintonia, e aproveitando para interligar os dois tabuleiros da autonomia e da função, o fato de o *efeito de desmaterialização* fecundar a constante recriação de texturas ideológicas espessas com consequências na obnubilação da materialidade econômica do real é um elemento demonstrativo de como a

dimensão de funcionalidade só é possível de se concretizar na exata medida em que comporta um arcabouço ideativo e figuracional amplo e multifacetado e que, simetricamente, não havendo antítese entre ambos os planos, subjugua essa mesma lógica interna ao fetichismo da mercadoria, logo, à acumulação de capital.

## Conclusão

A exposição do enquadramento da imagem no pós-modernismo ao longo de todo o texto procurou evidenciar a cadeia de elos teóricos que interligam a atual configuração das estruturas culturais com o papel que a imagem desempenha no seu seio. Dessa forma, deu-se atenção a uma perspectiva que pudesse permitir a problematização de um dos traços mais significativos da realidade cultural pós-moderna. A gama de enunciados e teses desenvolvidas, como o *primado da imagem*, a exacerbação da *transmutação imagética* ou o *efeito de desmaterialização*, constitui uma tentativa de iluminar algumas propriedades da imagem no atual contexto societário e cultural.

Em consonância, a abordagem do objeto em estudo – a relação da imagem com o pós-modernismo que, por sua vez, se relaciona com a acumulação flexível – revelou que a dominância da imagem sobre a forma e o conteúdo na obra de arte contemporânea, ou, para citar outro caso, a supremacia da imagética visual na estruturação de extensas camadas de produção cultural são um sintoma de como a esfera do simbólico e do imaterial ocupam um lugar de grande relevância nas nossas sociedades. Todavia, pela leitura da análise aqui empreendida não se afigura linear avançar com o pressuposto de que as sociedades contemporâneas vivem sob a égide do “reino do signo” (Baudrillard, 1983) e onde as estruturas materiais teriam deixado de assumir qualquer condição de causalidade social. De fato, a superação de dualismos cristalizadores que tendem a conceitualizar o material e o simbólico como dois polos irreconciliavelmente opostos é um desafio a ser continuamente renovado e afinado nas ciências sociais. O material e o simbólico interagem dialeticamente, sempre de forma entrelaçada mas que invariavelmente comporta ambiguidades, pontos mais ou menos obscuros e mesmo contradições que um olhar apressado pode não captar. Assim, e redirecionando a relação entre o material e o imaterial para o objeto teórico do ensaio, importa vincar que a centralidade da imagem em múltiplas manifestações culturais e que o efeito ideológico inscrito por ela no nível do obscurecimento das instâncias materiais do modo de produção capitalista

na atualidade não significam necessariamente, tanto num caso como no outro, que o plano simbólico tenha desalojado as estruturas sociais da sua materialidade específica. Pelo contrário, a própria exponenciação do simbólico (no caso, a imagem) nas ambiências culturais das últimas décadas deriva precisamente da interação e do impacto da mudança econômica e cultural sobre o universo simbólico. Por conseguinte, a imagem comunica-se *molecularmente* com a realidade material, estabelecendo nexos de causalidade recíproca, apesar de desigual e variável.

Nesse sentido, o tríptico imagem/pós-modernismo/acumulação flexível parece demonstrar, de um lado, que as mercadorias portadoras de valor não foram substituídas, mas imbuídas e revestidas por códigos simbólicos-ideativos e por representações discursivas e imagéticas que se lhes tornaram intrínsecas. De outro lado, esse tríptico avança com uma postura que integra os níveis material e simbólico e que funda uma cadeia de mediações entre o plano material da economia capitalista, o plano significacional da cultura – que, lembre-se, também comporta uma materialidade constitutiva própria – e uma das expressões diretas e mais salientes desta última.

#### Referências Bibliográficas

- ANDERSON, Perry. (1998), *The origins of postmodernity*. Londres, Verso.
- ANTUNES, Ricardo. (2006), “A era da informatização e a época da informalização: riqueza e miséria do trabalho no Brasil”. In: \_\_\_\_\_ (org.). *Riqueza e miséria do trabalho no Brasil*. São Paulo, Boitempo, pp.15-25.
- BAUDRILLARD, Jean. (1983), *For a critique of the political economy of the sign*. Nova York, Telos Press.
- BELL, Daniel. (1976), *The coming of post-industrial society*. Nova York, Basic Books.
- BOURDIEU, Pierre. (2001), *Razões Práticas: sobre a teoria da ação*. Oeiras, Celta.
- \_\_\_\_\_. (1998), *O que falar quer dizer: a economia das trocas linguísticas*. Lisboa, Difel.
- BRAVERMAN, Harry. (1974), *Labor and monopoly capital: the degradation of work in the twentieth century*. Nova York, Monthly Review Press.
- CASTELLS, Manuel. (2005), *La era de la información*. Volume 1: *La sociedad red*. 3 ed. Madri, Alianza Editorial.
- CHOSSODOVSKY, Michel. (2003), *A globalização da pobreza e a nova ordem mundial*. Lisboa, Caminho.
- EAGLETON, Terry. (1996), *The illusions of postmodernism*. Oxford, Blackwell Publishing.
- ECO, Umberto. (1989), *Obra aberta*. Lisboa, Difel.
- FEATHERSTONE, Mike. (1996), *Consumer culture and postmodernism*. Londres, Sage.

- HARVEY, David. (1990), *The condition of postmodernity*. Oxford/Cambridge, Basil Blackwell.
- IANNI, Octavio. (1999), *Língua e sociedade. Primeira versão*, Campinas, 84: 1-65, abril. [Não seriam estes os dados: IANNI, Octávio. (1999), “Língua e sociedade”. In: VALENTE, André (org.). *Aulas de Português*. Petrópolis: Vozes.]
- JAMESON, Fredric. (1993), *Postmodernism or the cultural logic of late capitalism*. Londres, Verso.
- JAUSS, Robert Hans. (1978), *Pour une esthétique de la réception*. Paris, Gallimard.
- LASH, Scott & URRY, John. (1987), *The end of organised capitalism*. Oxford, Polity Press.
- LYOTARD, Jean-François. (1984), *The postmodern condition: a report on knowledge*. Minneapolis, University of Minnesota Press.
- MARX, Karl. (1990), *O capital*. Livro Primeiro, Tomo I. Lisboa, Avante.
- \_\_\_\_\_. (1991), *Capital*. Book III: *The process of capitalist production as a whole*. Londres, Penguin Books.
- RORTY, Richard. (1993), “O progresso do pragmatista”. In: COLLINI, Stefan (org.). *Interpretação e sobreinterpretação*. Lisboa, Presença, pp.132-169.
- SANTOS, Boaventura Sousa. (2003), *Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista*. Porto, Afrontamento.
- WALLERSTEIN, Immanuel. (1990), *O sistema mundial moderno: a agricultura capitalista e as origens da economia-mundo europeia no século XVI*. Porto, Afrontamento.

## Resumo

### *A imagem na cultura do pós-modernismo*

Neste ensaio tem-se como objetivo fornecer pistas acerca da inserção da imagem na *configuração cultural* do pós-modernismo. Ao mesmo tempo, dá-se espaço a uma breve digressão em torno da relação entre pós-modernismo e acumulação flexível, substrato matricial de onde emana o objeto de estudo em questão. Daqui em diante conceitualizam-se teses acerca da *transmutação imagética*, do *primado da imagem* e do *efeito de desmaterialização* instilado por aquela na percepção das relações sociais. Constitui-se, assim, uma cadeia conceitual com o propósito de interligar fenômenos e processos sociais apenas aparentemente dispersos entre si, como a organização da base produtiva do capitalismo contemporâneo, a realidade cultural deste último e o posicionamento da imagem dentro de todo esse enquadramento mais vasto.

**Palavras-chave:** Imagem; Pós-modernismo; Cultura; Acumulação flexível; Desmaterialização.

**Abstract**

*The image in postmodern culture*

In this paper, our main goal is to offer some relevant clues as to the framing of images in the cultural logic of post-modernism. At the same time, we will give space to a brief description of the relation between post-modernism and flexible accumulation, the generative substratum from which our subject derives. Along with this, we conceptualize theses on *imagic transmutation*, the *primacy of the image* and the *effect of dematerialization* induced by the image in the perception of social relations. In this way, a conceptual chain is constituted with the purpose of connecting only apparently fragmented phenomena and social processes such as the productive basis of contemporary capitalism, its cultural reality and the place of the image in all that wide framing.

Keywords: Image; Post-modernism; Culture; Flexible accumulation; Dematerialization.

Texto recebido em 21/1/2009 e aprovado em 9/3/2010.

João Valente Aguiar é pesquisador do Instituto de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto e doutorando da Fundação para a Ciência e Tecnologia. É também editor da publicação *Arte e Sociedade*. E-mail: <joaovalenteaguiar@gmail.com>.