

Análise do processo de apreensão da imagem

Silvia Miranda Meira¹

Abstract:

The signification process relating the image presentation and its viewer is deeply connected to a world's experimentation that involves the unconscious and the subject's sensibility. It gives way to a wide range of subjective interpretation possibilities which may define the formal structure of reception esthetics and the final stage of artistic production.

Key Words:

Communication, Subjectivity, Signification, Imaginary

Resumo:

O processo de significação que envolve a exposição de uma imagem e seu receptor encontra-se intimamente vinculado à experimentação de mundo que permeia o inconsciente e a sensibilidade do indivíduo, dando margem a numerosas possibilidades de interpretações subjetivas que vão determinar a estrutura formal da estética da recepção, bem como a finalização concreta da produção artística.

Palavras-chaves:

Comunicação, subjetividade, significação, imaginário

Résumé:

Le procès de signification qui envolve l'exposition d'une image et de son receptr est intimement liée a la experimentation du monde qui se li au inconscient et a la sensibilité de l'individu, comprenant des plusiers possibilités d'interpretations subjectives qui determineront l'estructure formale de la esthétique de la reception, aussi que la finalisation concrète de la production artistique.

Mots-clés:

Communication, subjectivité, signification, imaginaire

* Silvia Miranda Meira é Doutora em História da Arte do Século XX pela Sorbonne-Paris IV, Institut d'Art et d'Archéologie e Professora da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.

A ins

Ex
promov
cação (u
blico de
dos. A
frequên
histórico

Oj
bre a qu
do visu
represe
ção do i
estão su
legível,
element
coisa qu
olho po

A
prioritá
Os atrib
terpreta
aspectos
cados pr
venção
terpreta
somação
de uma i

A i
daquilo c

1. DESVAL
2. Images e
3. Op. cit.,
4. METZ, C.
5. OODENS,

A instância comunicadora

Expor uma imagem ou uma idéia significa promover o encontro do instrumento de comunicação (uma exposição, por exemplo) com um público determinado, num espaço e tempo definidos. A instância comunicadora se insere com frequência dentro de um contexto geográfico, histórico, cultural, político, filosófico.¹

O paradoxo da apresentação da imagem sobre a qual o nosso olhar se dirige, a problemática do visual, o trabalho de figurabilidade ou representabilidade da mente, próprios da formação do inconsciente, ou seja, as exigências a que estão submetidos os pensamentos e a tirania do legível, acontece quando discernirmos alguns elementos na imagem como signos (*signum*: uma coisa qualquer da superfície da imagem que o olho pode ver)².

A função representativa da imagem é prioritária na função simbólica que ela evoca. Os atributos visíveis na imagem permitem a interpretação dos códigos e signos dentro dos aspectos da cultura³. A pluralidade de significados própria de uma imagem depende da intervenção ativa do espectador; a sucessão de interpretações e as diversas possibilidades de consumação da imagem provocam a comunicação de uma idéia.

A imagem (reprodução concreta ou mental daquilo que foi percebido pela visão; também re-

petição mental de uma sensação ou percepção...) é mediação, ela acumula informações capazes de gerar conhecimento, colocando-se a questão de como se transforma uma leitura do visível para o legível no nível da compreensão e da inteligência. A imagem a nossa frente se apresenta de acordo com o que podemos nos representar. O fato de uma imagem ser objeto de conhecimento não significa, obrigatoriamente, que ela tenha uma representação, que signifique algo⁴.

Em um objeto-imagem, a comunicação é projeção de seus efeitos, não se esquecendo que uma imagem é sempre aberta a vir a ser significados. Um projeto de comunicação implica sempre uma gama de possibilidades de interpretação. É a constelação de estímulos provocados pela imagem, onde cada espectador exerce sua percepção pessoal, sua cultura determinada, seu gosto, tendência, preconceitos, que orienta a perspectiva de percepção⁵.

O subjetivo no objetivo: os diferentes estados de consciência

A zona intermediária de experiência, na qual não se questiona se ela pertence à realidade externa do objeto ou à realidade interna daquele que a percebe, chamada de zona que "se reparte", é considerada por alguns psicólogos zona

1. DESVALLES, A. *A propos de scénographie et de muséographie*. Paris. Les Editions du Renard pour le Ministère de la Culture, 1991.

2. *Images et signification*: Rencontres de l'Ecole du Louvre. Paris, La Documentation Française, 1983, pp. 25-37.

3. *Op. cit.*, pp. 73-86.

4. METZ, C. *O signifiante imaginário*. Lisboa, Livros Horizonte, 1980.

5. OGDENS, C. K. & RICARDS, O. *Significado de significado*. Rio de Janeiro, Zahar, 1972.

do campo das artes, da religião, da vida imaginativa, da criação científica⁶. A zona transitória, como é também chamada, sem a qual o ser humano não atribui significação a uma imagem percebida, representa os primeiros estágios de uso da consciência. É também característica desta zona a ilusão⁷.

A organização do conhecimento na mente humana é, de certa maneira, o conhecimento que se tem, e o conhecimento que se tem de um determinado assunto, por exemplo, é a medida de sua organização. É muito importante saber, não o que é conhecido mentalmente, mas como se adquiriu certo conhecimento⁸. A consciência, no sentido descritivo, é a qualidade momentânea que caracteriza as percepções externas e internas no meio do conjunto dos fenômenos mentais (percepções subjetivas e objetivas). Do ponto de vista tóxico, o sistema percepção-consciência recebe ao mesmo tempo as informações do mundo exterior e as provenientes do interior, isto é, as sensações que se inscrevem na mente⁹.

Os estados da consciência, em sua multiplicidade, interferem na apreensão da idéia de duração, representação do espaço, ilusão, simultaneidade e na liberdade criativa, entre outras. Muitas vezes o determinismo dos fenômenos da consciência impede o indivíduo de perceber o objeto e de ir além. Muitas sensações ligadas a determinados objetos são consequência da própria consciência, ou seja, do estado

psicofísico mental no momento em que o objeto foi percebido¹⁰. As estruturas cognitivas referem-se às regras de processamento de informação ou às conexões possíveis de eventos experienciados. Uma estrutura cognitiva refere-se às características gerais de um padrão existente de formas ou à organização de respostas diante de determinados estímulos¹¹.

Existem diferentes estados de consciência quanto à apreensão de uma imagem criativa, como¹²:

- uma expressão da realidade social e cultural que o objeto evoca;
- uma realidade externa a partir dos signos indiretos representados no objeto-imagem;
- uma expressão da realidade psíquica, do estado de consciência daquele que apreende;
- uma realidade de percepção direta, a partir das sensações imediatas;
- uma realidade de configuração organizada, com diferentes elementos que estruturam esta composição;
- uma realidade abstrata e de conceitos, elaborada a partir da analogia com imagens conhecidas.

O poder das imagens

As sensações visuais trazem o que deve ser inteligível. De um lado, elas são o eco exterior

6. ANZIEU, D. *Le corps de l'oeuvre*. Paris, Gallimard, 1986.

7. BESSIS, H. *Psyanalyse des arts de l'image: Colloque de Cerisy*. Paris, Clancier Guénand, 1981.

8. LALANDE, A. *Vocabulaire technique et critique de la philosophie*. Paris, PUF, 1988.

9. LAPLANCHE, J. & PONTALIS, J. B. *Vocabulário da psicanálise*. São Paulo, Martins Fontes, 1983.

10. BERGSON, H. *Essai sur les données immédiates de la conscience*. Paris, PUF, 1967.

11. LALANDE, A., *Op. cit.*

12. MEIRA, S. *Artes visuais e seus efeitos: um estudo da apreensão dos aspectos psicossociais da cultura brasileira pelo público parisiense*. Tese de mestrado defendida em Paris, em agosto de 1989, na Universidade Paris V - René Descartes, França.

das sensações mediadas pelo artista e pela eclosão de seu processo criativo, assim como de sua experiência perceptiva. Numa transição, passa-se do que acreditamos ser ressentido pelo ato criador do artista a uma concretização na imaginação do espectador¹³.

As informações fornecidas pela imagem contribuem, muitas vezes, para a organização de percepções já existentes no espectador¹⁴. A figura do destinatário, que vivencia o real da obra, é o intérprete que enxerga, na imagem, ecos de seu vivido. No momento da apreensão da imagem, por parte do espectador, existe, também, uma certa projeção de seus próprios sentimentos.

Pode-se dizer que a comunicação visual se dá através da identificação, nas imagens, dos símbolos conhecidos culturalmente. A psique humana vai registrando, continuamente, através do processo de socialização, as formas visuais de certos tipos de percepção e ação. Com as experiências de vida, os arquétipos, que são universais, tornam-se a expressão (*imprint*), na consciência, destas atitudes e comportamentos. Os elementos que se tornam signos, significações visíveis, só se tornam legíveis na medida em que foram codificados na mente¹⁵.

Os arquétipos se expressam através de símbolos. O símbolo representa, através da analogia que evoca, algo a ser reconhecido a partir de uma referência conhecida. A imagem ou símbolo abre representação para o espectador. O *signum* e a

referência, determinados pela imagem, sofrem um jogo de transformação, ocorrido segundo o subjetivo de cada indivíduo¹⁶.

A imagem produz estímulo na mente quando é signo significante¹⁷. Este significante se liga à cadeia associativa de significações da mente, estabelecendo um significado, ainda que inconsciente. A psique é um sistema dinâmico de aquisição de valores. Uma imagem é mais poderosa, segundo Jung, quando ela atinge uma gama maior de significação, ou seja, quando ela representa vários significantes para o espectador.

A comparação de várias imagens diferentes, feita por historiadores de arte, mostra-nos que o tipo de tratamento dado à imagem modifica profundamente a significação da representação. O valor está na imagem e também na forma com que ela se apresenta. Para alguns historiadores, a imagem veio progressivamente perdendo o seu valor, com a introdução de seus múltiplos no século XX. A imagem moderna (*poster*, fotografia, fotocópia, vídeo, cinema...) manipula a consciência visual do homem contemporâneo, diariamente, mecanicamente, sensacionalmente, como signo de *modus vivendi*. Numa total anarquia, a acumulação de imagens, pela justaposição de signos, traz o empobrecimento da comunicação e a passividade do espectador diante do bombardeamento de mensagens¹⁸.

13. HUYGHE, R. *Psychologie de l'art: Résumé des cours du Collège de France, 1951-1976*. Paris, Éditions du Rocher, 1991.

14. DIDI-HUBERMAN, G. *Devant l'image*. Paris, Les Éditions de Minuit, 1990.

15. HUYGHE, R. *Les puissances de l'image*. Paris, Flammarion, 1986.

16. JUNG, C. *A primer of Jungian psychology*. Chicago, Calvi S. Hall and Vernon J. Nordby, 1973.

17. ARNHEIM, R. *La pensée visuelle*. Paris, Flammarion, 1976.

18. THUILLIER, J. *Image, signe et signal dans le monde moderne*. In: *Images et significations*. Paris, La Documentation Française, 1983, pp. 49-54.

O espaço imaginário

A imaginação é a maior testemunha de liberdade da consciência com relação à realidade¹⁹. A qualidade do imaginário é a de intervir, opondo o imaginado, produto da imaginação ou da consciência imaginativa, ao real, sendo definido pela irreabilidade construída.

A consciência imaginativa, para Sartre²⁰, pode ser conceituada como uma consciência representativa, no sentido de que ela vai achar o seu objeto no campo da percepção e não, obrigatoriamente, na realidade. São os elementos sensíveis que a constituem como a consciência perceptiva com relação ao objeto percebido.

A imaginação²¹, por outro lado, atua muito como representante de um objeto ausente. Neste caso, dizemos que houve uma intenção no ato imaginativo, característica também da imaginação. Muitas vezes, diante da ausência do objeto, a consciência atua através da imaginação, como forma de presentificar o objeto. A consciência imaginativa pode atuar, também, frente a um objeto presente, transformando-o. O que define o mundo imaginário como universo, em oposição à realidade ou à interpretação desta, é o real, é a atitude da consciência. A atitude da consciência é motivadora da transformação²².

A intensidade das sensações que chegam

aos estados da consciência determina, muitas vezes, a forma de percepção de um objeto, assim como a atenção e a tensão emocional mobilizam o objeto²³.

Na raiz da imaginação, encontramos o desejo²⁴, um esforço cego de possuir, no plano da representação, aquilo que já foi possuído no plano afetivo. O desejo se dirige a qualquer coisa afetiva, que lhe é oferecida presentemente, e a transforma em representante da coisa desejada. Assim, a estrutura de uma consciência afetiva de desejo é aquela da consciência imaginativa.

Os estados afetivos, em sua maioria, são acompanhados de imagens que se representam perante o desejo ou perante aquilo que é desejado. A imagem é uma forma de ideal para o sentimento. Ela representa, para a consciência afetiva, o estado no qual o desejo é conhecido. A característica essencial da imagem mental é de ser uma forma que tem o objeto de ser presente, mesmo em sua ausência.

A imagem mental pode se definir, como na percepção, por uma relação do objeto com a consciência. Na imagem mental, o objeto é captado como síntese das percepções, sob sua forma e sensibilidade, ele aparece através do análogo afetivo. Toda consciência imaginativa é consciência de um objeto em imagem. A justaposição de imagens, que pode ocorrer no processo imaginário, provém de objetos afetivos indiferenciados²⁵.

19. LALANDE, *op. cit.*

20. SARTRE, J.-P. *L'imaginaire: psychologie phénoménologique de l'imagination*. Paris, Editions Gallimard, 1986.

21. DURAND, G. *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*. Paris, Bordas, 1969.

22. KANT, E. De la synthèse de la reproduction dans l'imagination. In: _____. *Critique de la raison pure*. Paris, Flammarion, 1987.

23. LAPLANCHE, J. & PONTALIS, J. B., *op. cit.*

24. *Théâtres de la mémoire. Revue du Centre de Création Industrielle*, Paris, Traverses 40, Centre Georges Pompidou, avril 1987.

25. LAPLANCHE, J. & PONTALIS, J. B., *op. cit.*

Ima

rente
vés d
ência
ment
dor. A
alma
consc

associ
ela já
elabor
dos as
verdad
mas na
pectad

A
dade o
ativida
dade d
desenv
pela in
memór
imedias
fenome

Ex
gem. A
intelect
conheci
cepção
De

26. FRANCA

27. HUOT, I

28. MERLE

29. ECO, H.

30. GOTTES

Imagem e significação

Cada um se sensibiliza com relação a diferentes elementos existentes na imagem e, através destes, encontra, em seu imaginário, experiências ou identificações de sensação, ou sentimentos, fornecidos pela materialização do criador. A forma revela, acorda o espírito, orienta a alma para a percepção, traz elementos para a consciência²⁶.

A imagem é sempre um primeiro grau de associação e montagem; na maioria das vezes ela já vem estruturada. A forma já é um grau de elaboração do real. Ela é a organização material dos aspectos significativos do espectador. A verdadeira imagem artística não está na obra, mas na memória imaginativa do criador e do espectador²⁷.

A imagem não constitui apenas uma realidade observável, mas ela fornece estímulos à atividade do espírito humano, ela possui a qualidade de materializar e de fornecer espaço para o desenvolvimento do espírito. A memória evocada pela imagem possui qualidades diferentes da memória das lembranças, é uma memória atual, imediata, onde o tempo intervém de maneira fenomenológica e não histórica.

Existem várias formas de se receber a imagem. A mais comum é a apreensão sensorial e intelectual fundamentada em experiências, no conhecimento e no reconhecimento, onde a percepção intervém a todo tempo²⁸.

De outro lado, cada espectador possui um

tipo de sensibilidade pessoal, um gosto específico, preconceitos formados, uma determinada situação sociocultural, aspectos estes que orientam a percepção e as relações possíveis de compreensão da imagem.

Na realidade, toda forma artística apresenta uma variedade e uma multiplicidade de significações e de aspectos de ressonância, e esta abertura de significações se mede de acordo com os elementos que podem ser identificados, dentro da imagem, como significantes para o corpo de experiências do espectador. O eco, que provoca significações, ocorre de acordo com as experiências anteriores, vivenciadas como significativas pelo espectador²⁹.

Atualmente, é mais fácil se definir significados em função do que determinada imagem foi construída, do que se estabelecer conceitos referenciais que expliquem determinada produção. Uma análise funcional, ligada a uma estética da recepção, oferece mais possibilidades de se compreender uma determinada imagem e o meio sócio-cultural ao qual ela se destina³⁰, do que os parâmetros conceituais.

Voltando à estrutura da imagem, ela é sinônimo de forma, e a forma se apresenta ligada a diferentes níveis de experiência (idéia, emoção, disposição criativa, modelo de organização visual, temas, objetos de estudo, etc.). A forma é a imagem estruturada, é a imagem concreta, é o final de uma produção e o início de uma consumação, segundo as diferentes perspectivas possíveis de comunicação.

26. FRANCASTEL, P. *L'image, la vision et l'imagination*. Paris, Ed. Denoel-Gonthier, 1983.

27. HUOT, H. *Du sujet à l'image: une histoire de l'oeil chez Freud*. Begedis, Ed. Universitaire, 1987.

28. MERLEAU-PONTY, M. *Fenomenologia da percepção*. Rio de Janeiro, Freitas Bastos, 1987.

29. ECO, H. *L'oeuvre ouverte*. Paris, Seuil, 1965.

30. GOTTESDIENEK, H. *Evaluer l'exposition*. Paris, La Documentation Française, 1987.