



# A AUTORIDADE DA IMAGEM TÉCNICA FRENTE A SUA HÍPER OU HIPOSSUFICIÊNCIA: LIMITES E POTÊNCIAS DA IMAGEM DA TECNOIMAGEM

---

Prof. Dr. Heinrich Fonteles<sup>1</sup>

**RESUMO** – O objetivo deste texto é identificar alguns limites e potências das imagens técnicas para refletirmos sobre a força da imagem visual, assim identifica-se em Wolf (2004) e Aumont (2002) alguns elementos desse poder das imagens da fotografia para associar aos conceitos de imagens visuais pensados por Belting (2008), para depois aproximarmos de algumas ideias de Baitello Jr. (1999) sobre os procedimentos de autenticidade da mídia e de Pross (1972) sobre mídia terciária (TV), e demais autores sobre a imagem técnica para refletirmos sobre a descrição das mesmas nos recortes propostos em estudo. Como foco para pensarmos sobre essas potencialidades, apontaremos esses limites e potências nas intenções da TV Record (diga-se de pronto IURD), ao fazer uso do jornalismo como meio para expandir sua autenticidade via visualidade técnica.

**PALAVRAS-CHAVE** – Fé na Mídia; IURD; TV Record; Poder da Mídia

**ABSTRACT** – This paper aims to identify some elements of the power and limits of technical images to reflect on the power of the visual image, thus identifying in Wolf (2004) and Aumont (2002) some elements of this power of photography to associate images with concepts of visual images designed by Belting (2008), and then approach some ideas of Baitello Jr. (1999) on the procedures of authenticity media and Pross (1972) on tertiary media (TV), and other authors on the technique to image reflect on the description thereof in the cuts proposed in the study. As a focus for thinking about these possibilities, we consider these limits and powers the intentions of TV Record (say ready UCKG), to make use of journalism as a means to expand their authenticity through visual image on media.

**KEYWORDS** – Faith on media; IURD Church; Record Network; Power of media.

---

<sup>1</sup> Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC/ SP, membro do CISC-PUC e professor da pós graduação e graduação do Centro Universitário SENAC. O texto tem como fundamento a tese de doutorado do autor, título **Fé na Mídia**, PUC-SP, 2012.



O objetivo deste texto é justamente pensar alguns limites e potências das imagens técnicas para refletirmos sobre a força da imagem visual, assim identifica-se em Wolf (2004) e Aumont (2002) alguns elementos desse poder das imagens da fotografia para associar aos conceitos de imagens visuais pensados por Belting (2008), para depois aproximarmos de algumas ideias de Baitello Jr. (1999) sobre os procedimentos de autenticidade da mídia e de Pross (1972) sobre mídia terciária (TV), e demais autores sobre a imagem técnica para refletirmos sobre a descrição das mesmas nos recortes propostos em estudo. Como foco para pensarmos sobre essas potencialidades, apontaremos esses limites e potências nas intenções da TV Record (diga-se de pronto IURD), ao fazer uso do jornalismo como meio para expandir sua autenticidade via visualidade técnica.

Na tentativa de refletir sobre a *hipersuficiência* e a *hipossuficiência*<sup>2</sup> da imagem visual e as discussões propostas por Wolf (2004) em **O poder das imagens**, as quais pontuam a potência cognitiva da imagem comparada à linguagem verbal, considera-se importante apresentar alguns aspectos da visualidade das imagens para a identificação de formas de poder nelas existentes. Assim, mesmo considerando a imagem em relação à fotografia, podem-se destacar quatro aspectos que, ao mesmo tempo, apresentam-se como limite e potencialidades da imagem visual, que podem ser potencializados ou não pelo movimento e pela sonoridade presentes nas imagens visuais da TV. A intenção da discussão visa relacionar esses elementos para discutir as ações operadas pela IURD/TV Record na elaboração de contra-ataques e defesas às suas intenções, pois há limites e possibilidades quanto ao resultado em termos de produto das imagens. No nosso caso, a notícia como construção e produto socialmente construído pontua esses limites, bem como superexpande outras dimensões.

Desse modo, ao pensar nas imagens técnicas, da fotografia ao ciberespaço, pontua-se seu primeiro limite e potência em quatro aspectos respectivamente: a) a impossibilidade de apresentar o geral e o abstrato e poder de descrição. Imagine uma foto 3x4 de um sujeito, a representação dele está lá, mas ele não se limita só àquela representação. Assinala-se, ainda, que o retrato de uma pessoa que se porta bem, se veste bem, aparenta ser rica,

---

<sup>2</sup> Termo usado para indicar falta de informações ou conhecimento sobre determinado assunto. De alguma forma, todos nós somos hipossuficientes em alguns aspectos do conhecimento humano, do científico, técnico, médico etc. Ex.: se uma propaganda apontar que um alimento X tem certo teor nutritivo, muitas vezes o receptor não tem elementos para contestar sobre o afirmado. (“Danoninho, Vale mais que um bifinho”). Neste sentido, ele é hipossuficiente. A propaganda torna-se hipersuficiente.



por exemplo, não basta para representar a imagem de uma pessoa de sucesso, pois não consegue definir o conceito proposto. Retratar o conceito de riqueza na totalidade é impossível. Porém, por outro lado, a imagem tem um autopoder de descrição do individual e do específico. A singularidade traz ao sujeito que a vê uma percepção notória capaz de emocioná-lo, provocar reação de encanto, desejo, pela identificação e projeção (MORIN, 1997) de alguns esquemas específicos, sendo posta aqui a primeira potência da imagem. Daí, a necessidade de apresentar portadores famosos que confirmam credibilidade à imagem visual; b) a segunda dificuldade da imagem estaria em apenas mostrar, expressando-se nela um dogmatismo e a objetividade, sendo aí sua potência. Nesse sentido, afirma-se e impõe-se, pois, por falta de uma dialética, impede que haja um distanciamento do real e da representação. A realidade é apresentada no plano do real, do “é assim”. Nesse limite dialético, a imagem impõe sua segunda potencialidade, a de não poder ser negada, pois, afirmando que o ausente está presente nela, o olho do observador acredita no que está posto. Pelo fato de as imagens estarem atreladas a uma objetividade, a uma neutralidade científica, apresentam-se como verdades autênticas. O sujeito, como propõe Flusser (2002), pode duvidar das suas próprias visões, mas não da imagem visual; c) nesse discurso pragmático, outro defeito/limite coloca-se: é o fato de a imagem só poder dizer no modo indicativo, afirmando “é assim”, excluindo como possibilidades o “se” ou o “talvez”. As nuances do contexto, das modulações de voz e fala não se apresentam de forma completa. Na falta da completude do contexto, reside sua terceira potência: tornar uma informação possível no plano do real em verdade, ou, como afirma Flusser (2008), tornar o provável no muito possível. Se a imagem visual tocar e convencer o sujeito, fazendo-o se sentir emocionalmente sensibilizado, certamente ela e seus conceitos poderão ser internalizados no consciente, tornando algo evidente em crível; d) Outro ponto a ser considerado é que a imagem visual só representa o tempo presente. Ela atualiza para o agora. Traz o passado e o futuro para o campo do presente, do vivido e do que pode ser experienciado, interferindo no tempo subjetivo, na tentativa de se colocar enquanto um tempo objetivo. O movimento é posto em ação. Aí reside sua quarta potência: não saber distinguir o tempo faz o sujeito acreditar que o tempo circular presente na imagem técnica tem algo de mágico, sacro. Seria uma espécie de imagem religiosa, cuja densidade parece ressuscitar os mortos e dar vida virtual ao porvir. Sob a opacidade das imagens visuais, os homens esquecem que são eles mesmos que produzem os seres da Mediosfera (CONTRERA 2010). Nesse pseudo apagamento, vinculam-se ainda mais a elas “como elemento de verdade transcendente,



dignas de confiança cega” (ESTEVIÃO, 2006, p.68). Observe os seguintes enunciados: *O mercado aí fora está difícil, A globalização tira emprego, A justiça de Deus tarda, mas não falha*. Analisando-os, parece que as imagens advindas dos termos *mercado, globalização e Deus* representam entidades transcendentais, autocrizadas, com vida própria e autônoma. Na verdade, são. São seres da Mediosfera religiosa, são programas participantes da cultura midiática elaborados para dominar. A TV Record, ao pretensamente se afastar do discurso religioso, apoia-se na realidade, na retratação do cotidiano, como forma de apresentar-se neutra, imparcial e objetiva, tornando-se mais crível aos olhos do mercado da qual faz parte. Sabendo das potências das imagens, do poder de memória, da força imagética das experiências predicativas, ela procura esconder as hipossuficiências da visualidade. Como dito, a tentativa da TV Record tem sido torna-se crível e também difundir a ideia de sucesso, prosperidade e bem-estar, principalmente quando for chamada para uma contraofensiva. Ao atrelarem-se ao campo jornalístico, as potências são intensamente expandidas, e os limites, escondidos. Afinal, o jornalismo não pode não saber. A retração da realidade é um fato, um acontecimento incontestável. Se antes a IURD tinha um poder de mobilização (BAZANINI 1998), agora com a TV e o domínio dos meios técnicos desenvolve seu poder de informação e manipulação visual na conquista do imaginário popular.

É interessante pontuar como esse condicionamento do olhar mostra o quanto as imagens técnicas, segundo Flusser (2002), tornam-se cada vez mais distantes da realidade, são como biombos, pois, segundo Amount (2002), conhecemos o mundo a distância, a partir do que está mediado, organizado e apresentado numa representação. Nós o vemos como se estivesse num instante de **pose**, por isso certamente estamos sendo mediados, educados. Essa forma de ver as coisas condiciona a forma como as coisas são reproduzidas na relação sujeito-mundo-máquina, pois, como afirma Barthes, “a partir do momento que me sinto olhado pela objetiva, tudo muda: ponho-me a ‘posar’, fabrico-me instantaneamente em outro corpo, metamorfoseio-me antecipadamente em imagem” (BARTHES, 1984, p.22). Ora, obviamente, muitas vezes, não podemos colocar o acontecimento em pose, mas na construção da notícia pode-se colocar a realidade em **pose**, de forma editada, elaborada, construída. Aqui a imagem traz em si um elemento de não neutralidade: mediação. Essa ideia da mediação traz para a imagem aquilo que se deseja que compareça na mesma. Amount (2002) pontua que, a partir daí, o sujeito estabelecerá relação com a realidade sempre de forma mediada, em três níveis: simbólico (onde se criam



valores e ideologias por meio de símbolos etc.); do conhecimento (orientação, prescrição e indicação de direções por meio de mensagens visuais) e do estético (oferecem-se sensações). A IURD encontra na TV Record e nos demais suportes do grupo de comunicação meios de se conectar com a realidade, oferecendo novos valores, orientação de uso, para um sentir-se bem e feliz. Isso é observável tanto no contra-ataque como nas discussões propostas no programa “Fala que Eu te Escuto”. A tematização de problemas parece pressupor um tipo de sujeito (audiência presumida – a classe C) cuja hipossuficiência cultural condicionada pelo programa por meio de “noção de conceitos”, cujos elementos simbólicos, de conhecimento e conjunto de sensações têm por objetivo estruturar a memória e a consciência pela experiência com as imagens.

Ao considerarem-se os três aspectos apontados e entende-se que os sujeitos estabelecem relação com a realidade à distância, pode-se afirmar que a busca do corpo religioso (IURD) pela condição de propagador de informação, ideologias e sensações por meio de imagens e, principalmente, por meio das imagens técnicas (TV Record) torna-se a razão principal no campo de disputas. A luta pelo imaginário popular encontra no esquema jornalístico uma forte fonte de penetração e legitimação do real. Para isso, um passo é decisivo: aprender a codificar, ou seja, “organizar e sintetizar o conhecimento sobre as coisas, sobre o mundo em que vivemos e sobre o modo como vivemos” (ESTEVÃO, 2006, p.49). Para tanto, há a necessidade do uso de signos convencionais ou do tipo icônico ou indiciário que signifiquem coisas, a fim de que mundos sejam organizados com essa pretensão. Porém, mais que meramente significantes, objetos de expressão e sinais, há um contexto no qual as imagens querem potencializar e não simplesmente retratar a realidade como defendem alguns teóricos pragmáticos. Assim, simplesmente aprender a mecânica e funcionalidade dos códigos não resultaria em sucesso. Há de se considerar um ambiente maior, que circunscreve todos os envolvidos no processo comunicacional. As experiências predicativas (PROSS, 1980; GUIMARÃES, 2006) suscitadas nas e pelas imagens visuais têm força e impacto na leitura de mundo. De qualquer maneira, nas primeiras etapas da codificação, busca-se o estabelecimento de códigos por parte dos emissores que desejam a percepção daqueles que observam sua projeção. Aumont (2002), no estudo sobre a fotografia, o qual nos serve de apoio às imagens televisuais, aponta duas funções da imagem para que os códigos sejam reconhecidos: *função de reconhecimento e de lembrança*, que com o movimento visual, permitem uma maior mobilidade do criador sobre o receptor, principalmente, se considerarmos que o observador conhece o fenômeno à distância,



mesmo que esse participe por simulação. Exemplifico. Quando uma igreja projeta a imagem da “cruz”, não se trata de uma cruz qualquer ou de um sinal de adição, mas da cruz na qual Cristo foi crucificado. Então, quando se olha para a imagem, o sujeito lembra-se do seu significado. Isso se dá não numa relação de semelhança direta entre o real e a representação, mas, existe uma busca por padrões que identifiquem certas estruturas que precisam ser atualizadas o tempo todo. Daí, a necessidade de a imagem estar em todos os espaços, reforçando esses padrões, seja por analogia ou por mimese, constituindo, então, uma autorreferencialidade, tornando-se referência em nossa relação com o real, por meio da verossimilhança ou de um grau de semelhança (MORIN, 1997). Constitui nosso real, nossa realidade. Retratar a realidade por 11 horas na grade de programação aproxima mais a TV Record do seu público, conferindo status de verdade à imagem, constituindo-se como local de referência. Vários dos pesquisados apontam que, segundo informações de pesquisa de opinião, a TV Record é procurada quando se quer saber de notícia.

### **A imagem autêntica**

70

Para além da visualidade pretendida pelas imagens técnicas, as teorias da imagem e da mídia apontam que as potências das imagens estão na esfera do não visível. Serão mais críveis à medida que conterem mais em si alguns elementos de autenticidade. Belting (2008), no seu texto “Imagem autêntica”, apresenta o quanto as imagens atuais bebem nos esquemas da religiosidade, pois, conforme o autor, a “religião oferece um verdadeiro campo de treinamento para o uso da mídia, a qual ela alternadamente consagrou e condenou.”. Para Belting, a imagem autêntica é aquela que apresenta provas da realidade. A busca objetiva nascida com a fotografia, mas que estava na gênese da imagem renascentista, tem moldado o olhar do homem moderno e ainda do sujeito atual. Portanto, as imagens visuais devem dar “provas do real”, senão perdem a sua credibilidade. Interessante observar como o jornalismo faz uso de especialistas, testemunhais, outras vozes para afirmar o proposto na pauta, assim como os programas religiosos. Tudo para trazer mais objetividade, veracidade e verossimilhança, pois os sujeitos, conforme Belting procuram nas imagens

[...] **provas daquilo que queremos ver com os nossos próprios olhos**. Quando isso não é possível, exigimos imagens, para podermos fazer uma ideia de algo. Com isso, chegamos rapidamente à **imagem autêntica**, algo que não é mais do que **um conceito** diferente para uma **imagem que reproduz a realidade tal**



como ela é. As imagens são usadas como janelas para a realidade. Porém, como o nosso conceito de realidade muda constantemente, muda também a nossa expectativa diante das imagens. **É provável que o fato de nós querermos ter fé nas imagens esteja relacionado com essa expectativa**, mas as imagens têm que justificá-la. (BELTING, 2008, grifos nossos)

Se não justificar, perde a confiança do sujeito. Na passagem da tridimensionalidade para a nulodimensão da imagem (FLUSSER 2002) ocorreram alterações e perdas. As primeiras imagens visuais, uma vez escondidas e para poucos, perderam a credibilidade, e, então, fugimos para a “letra, palavra, texto”. Só que o conceito/signo, prescinde da codificação, interpretação. A diferença entre conceito (palavra/logos) e a imagem está no fato de que o primeiro exerce poder “em nome de quem deles dispõe e os distribui, mas as imagens exercem poder já a partir de sua própria força e do empréstimo que elas fazem da realidade” (BELTING, 2008). Parece ser **livre** para interpretação. Se a imagem já tem em si essa força, o *pathosformel*, conforme aponta Baitello Jr., citando Warbug, quando associada a um testemunho, à força na experiência e na memória predicativa, ao elemento programa criado pela Mediosfera, consegue captar nossos sentidos e a nossa imaginação. Segundo Fonteles (2012), ao contrário do que muitos podem afirmar, o sujeito não fica inerte frente à imagem. Elas contêm em si o movimento, o *pathos*, que, embora pareça imobilizador, mantém em movimento a circularidade do olhar. Conforme Aristóteles (2006) afirma, como o sujeito deseja sensação e movimento, as imagens visuais “prendem os nossos sentidos e a nossa imaginação” (BELTING, 2008), confirmando-se, então, a ideia de que elas nos sedam os sentidos por hiperexpandirem nossa visão (BAITELLO JR., 2005), condicionando nosso olhar e embotando os demais sentidos por pseudo-hiper-realismo e propostas de simulações, nos quais a mídia oferece soluções. A ideia jornalística sobre o repórter no cotidiano (plano sequência - sem edição) e sobre o ao vivo, além de propor um *continuum* da realidade, retrata-o, apresentando soluções práticas, fáceis de serem postas em ação pelo sujeito. A mobilidade virtual sugere esquemas de inserção social para os sujeitos emergidos e/ou imergidos na realidade, tendo-se em vista o grau da consciência do sujeito envolvido numa dada realidade.

Nesse sentido, para Baitello Jr. (2005), a força e o poder das imagens visuais estão justamente na referencialidade a outras imagens, ou seja, quanto mais uma imagem citar outra, quanto mais devorar outra imagem, mais força terá, pois “a força de uma imagem provém se seu lastro de referência a outras tantas imagens” e “em toda imagem existe uma referência às imagens que a precederam. Ou seja, toda imagem se apropria das imagens



precedentes e bebe nelas ao menos parte de sua força” (BAITELLO JR., 2005, p.95). Portanto, podemos observar como a mídia recria a partir da imagem anterior. Conforme o autor,

**Na construção de um conjunto de imagens**, sejam elas pertencentes ao universo icônico, visual ou sonoro, sejam elas pertencentes a outros universos (verbais, performáticos, olfativos, gustativos), **é notável a utilização de imagens precedentes como referências e como suporte de memória**. Assim, a representação de um objeto não é apenas a representação de algo existente ao mundo (concreto, das coisas, ou não concreto, das não coisas), mas também uma re-apresentação das maneiras pelas quais este algo foi já representado. (BAITELLO JR., 2005, p. 95)

Baitello Jr. (1999) nos dá amplas pistas e provas sobre o uso da memória como recurso a ser trabalhado pela mídia. Na memória ficam registradas, desde a infância, nossa história e nossas experiências. Nossos medos e esquemas de superação estão lá, como inscrição feita em fogo (ARISTÓTELES, 2006). Conta-se o tempo pelo que lembramos segundo experiência anterior. Aprender a contar e recontar histórias, narrativas e acontecimentos e retratá-los como notícia tem sido a meta dos meios de comunicação e, especialmente, do jornalismo. Nessa reflexão, o autor nos dá pistas sobre o padrão de prosperidade e sucesso proposto nas imagens que se busca via TV Record, principalmente nas contraofensivas. Uma inflação da emissão (CONTRERA, 2010) de forma histórica. As citações sempre reverberam e sinalizam os heróis bíblicos, o deus monoteísta, bem como a ideia de perseguição, da justiça de Deus e o seu amor como padrão de imagem (CONTRERA, 2010). Embora momentaneamente distantes dessa imagem originária, os fundamentos da teologia da prosperidade projetam um imaginário do futuro no presente, capaz de guiar as condutas e estratégias comunicativas do grupo. Trazer a ideia do porvir para a atualidade é uma das estratégias. A felicidade, o sucesso pós-morte para o aqui e agora. Ao buscar poder de mediação e apoiar-se na mídia, há uma tentativa de domínio, de obter um relativo sucesso, porém não há como barrar a crise de visibilidade trazida por esse próprio esquema, até porque, como afirma Baitello Jr. (2005), essa proliferação de imagens visuais impede que se veja e conheça-se a realidade. Como aponta Flusser, afasta-se da realidade, é biombo da mesma. Pode-se apontar por esses termos que há uma hipossuficiência da ação política do sujeito que está na sombra dessa hipersuficiência do visual. A iconofagia das imagens produz e pode levar a uma falência das imagens visuais pelo excesso das mesmas. Mas, é interessante pensar o projeto midiático IURD-TV Record





ao entender o país enquanto espaço a ser conquistado, mas parece não haver um projeto de sociedade. Este esquema replica o sistema globalizante em voga.

Ora, se a realidade é mediada nos termos da imagem programada a mediatizar, cabe aqui pensar nos limites e potencialidades da imagem visual. Sabedores desse fato, os seres imaginados pela Mediosfera (CONTRERA, 2010), existentes também na TV Record, certamente buscam desenvolver novos imaginários em suportes móveis, com alto poder de obsolescência e desgaste para que o jogo do programa continue a nos dominar. A religião já ensinou antes como apropriar-se da mídia (corpo-imagem visual-texto) para dominar. Ela mesma fez uso da imagem pagã e depois da escrita para ser crível, ou seja, a própria religião busca na imagem-mídia sua autoafirmação. Logo em seguida, com a Reforma, o iconoclastismo nega o poder da imagem para a religião nascente no Renascimento, devolvendo a força da imagem à leitura. Conforme Belting, ao ler a letra, esta purificava da imaginação e da magia. Coube à imagem sacra associar-se à arte e esconder-se, mas isso não anulou seu poder imagético. Mais tarde, a crise dos textos fez renascer um encantamento pelo movimento contido nas imagens. Só que, dessa vez, com uma programação visual estabelecida por códigos sintéticos desenvolvidos pela tecnologia, cujo escopo era e ainda é atingir uma objetividade, buscando nela camuflar a influência da religião e apresentando esta como algo a ser negado, com a finalidade de se tornar mais crível. Mas, a sua gênese está lá. A magia da imagem nasceu lá.

Fonteles (2012) aponta que a crítica de Machado (2001) a respeito da produção e dos processos criativos, mostra que esses meios são **máquinas semióticas** que não apenas registram o real, mas o recriam, ou, conforme Flusser (2005), (re)codificam-no, interferindo e (re)estruturando o pensamento, as sensações, a capacidade imaginativa e até formas de percepção.

Essas imagens técnicas, que parecem tão próximas, são elementos de terceiro grau, cujo espaço e cujo tempo, abolidos pelos aparelhos, interpõem-se entre os sujeitos. Baitello Jr. (2005), apontando os estudos de Pross (1972), mostra que dois aparatos se posicionam no meio dos sujeitos, e todos os envolvidos no processo de comunicação por esses termos estão mediados e distantes do real, estejam no campo emissor-meio-receptor.

As afirmações de Flusser (2008) a respeito da relação homem-máquina, aparelho-operador levantam intrigantes questões sobre essa relação de poder, pois, segundo ele, se há um programa no aparelho, mesmo quem o inventou está sob o seu domínio. Para o



estudo, mais que os aparelhos, há uma Mediosfera (CONTRERA 2010) que opera nas programações. Assim, todos estão sob o domínio dela, que não só constrói seres vivos, cativos da cultura, carregados de movimento, mas também encontra eco na memória cultural da humanidade, que tem no movimento sensorial seu atributo essencial. Os sujeitos desejam novidade, velocidade e movimento, o que é observável nas práticas sociais, as quais já são replicadas pela esfera religiosa, ganhando ainda mais força.

Baitello aponta pistas para se pensar como a mídia e o jornalismo, ao retratar o cotidiano, procuram articular o presente, apresentando imagens autênticas, afirmando “a atividade jornalística como tradução”. Nisso ocorre duas interferências – no espaço e no tempo. “Há nessa operação tradutora uma transposição temporal e uma transposição espacial, nas quais se perdem e se ganham informações distintas” (BAITELLO, 1999, p.79) E isso ocorre por meio da simultaneidade, do envolvimento, da parataxe, e da simetria de valores.

Conforme Fonteles (2012), o cotidiano (como valor econômico) e, hoje mais do que nunca, os acontecimentos que atinge o homem, são algo a ser trabalhado pela mídia. E esta apresenta, conforme o autor, aspectos dialogais aos contextos da humanidade. A ideia do **ao vivo** nos trás essa alusão de um elo entre o ocorrido e o presente, e deste com o porvir. Ora, como o homem tem biologicamente um sistema de alerta, a mídia ao focar nos temores do cotidiano, mantém um polo ameaçador a espreita, que necessita ser sempre observado. Como há limites espaciais e temporais, a mídia faz essa cobertura. Ao fazer isso, a sua representação, que deveria ser icônica, expõe seus limites, mas aqui, novamente, pontua-se, a depender do uso (mau uso), sua maior eficiência, pois, conforme Baitello (1999, p. 80) “a representação icônica da simultaneidade – e, portanto do presente – é uma colagem. Seus procedimentos são ocultamento, corte e intersecção. Portanto, procedimento de essência negativa”.

Para o mais interessante chama atenção Baitello (1999): esse esquema do alerta mantém o homem em estado de atenção, envolve-o, pois diante da simultaneidade “é impossível comportar-se com indiferença, é impossível escapar de sua tatilidade.” (p. 80). E isso nos mobiliza, quando não, nos parece também paralisar.

Baitello aponta a ideia da parataxe e como a mídia tem necessidade de saber tudo que acontece, tornando tudo igualmente importante e desimportante ao mesmo tempo, o que acaba interferindo nos modos como se pode agir no meio, afinal tudo passa a ser indiferenciado – o espaço, o tempo e os valores. Dessa forma, a ação e participação do



sujeito parecem embotar-se diante da problemática. Espera-se que a mesma mídia que expõe a ideia, encarregue-se de solucionar as questões apresentadas. Ou seja, já que retrata a realidade, que responda aos anseios revelados. Baitello nos explica, pois, como simultaneamente faz uma simetria entre o positivo e o negativo, interferindo na prognose, impedindo um posicionamento, gerando um pânico. Isso explica a ação frente à necessidade da mídia em oferecer simulações, hipóteses testáveis a fim de facilitar a vida do sujeito frente a esse caos.

O homem frente ao caos, frente às necessidades de sobrevivência e vida em grupo, desenvolveu mecanismos, simbologias para dar conta dessas questões, e, então, pelo imaginário, o homem desenvolveu a capacidade de (re)criar as coisas, os acontecimentos. Sempre, segundo Baitello “o homem lança mão de processos codificadores que, por sua vez, se compõem de procedimentos desenvolvidos ao longo da história cultural do próprio homem” (BAITELLO, 1999, p.82). O grande problema que se coloca como nos advertiu Flusser (2002; 2008), é que tais desenvolvimentos foram catastróficos, processos nos quais, de alguma forma, tem-se ocultado o corpo, e, com isso, sua inteligência corpórea, abrindo espaço para tecnoimagens, que visam suprir as demandas das complexidades dos acontecimentos. Se diante das dificuldades lançamos mãos de codificações, oferecer esses elementos de formas instrucionais, simbólicas parece ser o caminho que a mídia e seu sistema se utilizam para apaziguar nossos medos. Se for uma mídia vertical (PROSS 1980), cujo poder e hierarquia encontram lastro e solo para se efetivar, um processo de mediação se instaura.

Assim, segundo Baitello, a mídia na tentativa de autenticidade, desenvolve alguns procedimentos que, de alguma forma, se assemelham ao mencionado anteriormente sobre a potência e poder da mídia.

(a) Procedimento de delimitação: para entender-se um problema é necessário delimitá-lo, circunscrevê-lo num campo. Separar o “joio do trigo”. O problema é que, nas reportagens, as fronteiras estabelecidas pela mídia, ao retratar a realidade, na tentativa de descrevê-la, sumarizam, descomplexificam, despolitizam, a fim de tornar sua narrativa mais compreensível possível. Embora entrecortada pelo efeito da simultaneidade, segundo Baitello (1999), a imagem apresenta-se como “uma unidade carregada de significados independente, compreensível ou interpretável por si só e livre de indícios (...) (p.82)”, busca-se por meio de uma coesão técnica, uma imagem autêntica. Mas já aqui se pontua, que essa forma tematizável, se oculta, muitas vezes, o contexto da realidade.



(b) Procedimento de hipotatização: O sujeito desde criança aprende a ordenar, sistematizar e organizar problemas num certo parâmetro. Assim, a mídia também ao fazer uso dessa forma de assimilação humana, hipotatiza. Baitello aponta “Hipotatizar que dizer introduzir ordens de grandeza, valorizar e desvalorizar, ampliar ou reduzir, enfatizar ou linearizar, adiar e escamotear, apresentar nuance desde o mais claro até o mais escuro, oferecer classificações sutis ou brutais, silenciar ou oferecer palavras”. (BAITELLO, 1999, p.83). Nesse processo de codificação, a mídia pontua, cria e recria sobre o mesmo fato. Fato constatado nos telejornais (e outros noticiosos). Uma emissora enfatiza um aspecto da notícia, e a outra tenta oferecer outros elementos de discussão. Mas, ambas tentam apresentar elementos verídicos, evidências que tragam segurança à dúvida. A imagem técnica não permite dúvida. Como nos aponta Baitello (1999, p.83), “a função central da hipotaxe consiste em extirpar a insegurança trazida pela valoração simétrica”, criando (novas) referências.

(c) Procedimento da ritualização: Considerando que o homem é um ser gregário, de sincronia e busca sempre pertencimento, dando sentido para aquilo que experencia, os rituais organizam o tempo biológico, atribuindo sentido à vida. Paradoxalmente, Baitello (1999) aponta que, enquanto na delimitação textual, a hipotaxe é separadora, excludente, o ritual tem como meta nos tirar do isolamento. Aquilo que se perde com o “descontexto”, é suprido com mais imagens técnicas daquilo que se estar olhando. Repetidas vezes dão uniformidade, regularidade, previsibilidade à vida. Os acontecimentos têm sentido, são explicados, são prescritivos, ordenadores, inscreve o sujeito no meio social. O tempo passa a ter sentido na medida em que é compartilhado num mesmo ritual. Isso explica a guerra de audiência entre as TVs para se fazerem simbolicamente presentes na vida do sujeito, que as tem como meio de informação, sensação e conhecimento de uma realidade à distância e, como isso, forma um tipo de consciência sobre a realidade.

Interessante considerar como essas “tensões” do cotidiano retratadas acabam vinculando e segregando o sujeito e a realidade ao mesmo tempo. Distância e proximidade da realidade se inter cruzam nas imagens técnicas. Conforme Ferrara (2008), até o espaço é percebido de forma visual, pois as coisas, os acontecimentos, agora transformados em notícias são espetacularizados, ou seja, “o espetáculo é vivido como efeito de uma espacialidade que está longe e é vivida imaginariamente. É a espetacularidade desse efeito que seduz o imaginário do sujeito eletrônico e o dissolve na massa de telespectadores.” (FERRARA 2008, p. 68). A discussão defende que isso interfere nas formas políticas de



inserção do sujeito na sociedade, na comunidade e na vida. Ora se o sujeito compreende sua inserção via virtualidades, são por essas configurações que exercerá sua participação política e seus compromissos de cidadãos. As formas tematizadas da realidade presentes nas imagens visuais técnicas (no telejornalismo), pontuam a possibilidade de participação política.

## CONCLUSÃO

A imagem técnica na atualidade adquiriu status de autoridade principalmente ao expandir os tentos escamotear os quatros limites e superexpandir as potências observadas na fotografia. Aquilo que a mídia (imagem técnica) é capaz de realizar pelo sujeito denota sua hipersuficiência. A realidade nela retratada aproxima-se da realidade. É tão real, é tão autêntica, que é inquestionável para o observador desatento. Ao usurpar elementos da religiosidade, dá tons mais verídicos à realidade.

Associado a essas potências, os procedimentos de hipotatização, ritualização e delimitação, angulam e otimizam a realidade a mercê dos produtores, que já viesados por uma ótica midiática, acentuam essa paradigma da modernidade, calcada na racionalidade técnica, revestida pela espetacularização da imagem, que de certo modo interfere nos modos de participação e inserção do sujeito na realidade. Ao conhecer a realidade de forma mediada, acredita que são as formas mediadas é que devem ter a responsabilidade de produzir soluções para os problemas meramente tematizados via imagem visual técnica.

As aplicações dessa discussão podem ser percebidas nos meios de comunicação presentes, pois sua intenção de interferência na cultura se dá por meio da hipersuficiência da imagem técnica no imaginário popular. No caso, a TV Record, a serviço de sua mantenedora IURD, tem aprendido formas de se fazer presente, e de forma autêntica, na cultura. Seu jornalismo ao retratar a realidade, aproxima-se do cotidiano do sujeito, tendo a possibilidade de resolver suas questões. Nesse esquema, uma inserção cidadã virtual se instaura. Coloca-se na potência da mídia e na imagem técnica uma função religiosa de “redentora” da realidade. Neste sentido, favorece amplamente uma mídia com viés religioso. Um alerta vermelho para à democracia atual.



### Referências bibliográficas

ARISTÓTELES. **De Anima**. São Paulo: ed.34, 2006.

AUMONT, J.. **A imagem**. 7 ed. Campinas: Papyrus, 2002.

BAITELLO, N. Jr.. **O animal que parou os relógios**. São Paulo: Annablume, 1999.

\_\_\_\_\_. **A era da iconofagia**. Ensaios de comunicação e cultura – São Paulo: Hackers editores, 2005.

BARTHES, R. **A Câmera clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BELTING, H. **A Imagem autêntica**. In: Revista eletrônica. CISC. disponível em <http://www.cisc.org.br/portal/pt/biblioteca/viewdownload/11-belting-hans/37-a-imagem-autentica.html>, 30.10.2008.

BEZANINI, R. **Globo e universal – tudo a ver: a disputa mercadológica pelo controle do imaginário popular – ofensiva e contra ofensiva retórica**. Tese de doutorado em Comunicação e Semiótica defendida na PUC-SP, 1999

CONTRERA, M. S. **Mediosfera: meios, imaginários e desencantamento do mundo**. São Paulo: Annablume, 2010.

ESTEVÃO, A. (org.) et. al. **Comunicação e Imagem**. Rio de Janeiro: Ed. Rio, 2006.

FERRARA, L. D. **Comunicação, Espaço cultura**. São Paulo: Annablume. 2008.

FLUSSER, V. **Da religiosidade: a literatura e o senso de realidade**. São Paulo: Escrituras Editora, 2002.

\_\_\_\_\_. **Filosofia da Caixa Preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

\_\_\_\_\_. **O Universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade**. São Paulo: Annablume, 2008.

FONTELES, H.A. **Fé na mídia: um estudo das imagens técnicas (TV Record) como estratégia de comunicação e sobrevivência da Igreja Universal do Reino De Deus**. Tese de doutorado, PUC SP. 2012

GUIMARÃES, L. **O jornalismo visual e o eixo “direita-esquerda” como estratégia de imagem**. IN: BAITELLO, N. (org.). et. ali. Os símbolos vivem mais que os homens: ensaios de comunicação, cultura e mídia. São Paulo: Annablume, CISC, 2006.

MACHADO, A. **A Televisão levada a sério**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.



MORIN, E. **Cultura de Massa no século XX: neurose.** Tradução de Maura Ribeiro Sardinha 9. ed, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

PROSS, H. **Estructura simbólica del poder.** Barcelona: Gustavo Gili, 1980.

\_\_\_\_\_. **Violência simbólica e Violência física. ¿QUÉ MIRAS?** Primer congreso internacional sobre infancia, juventud y comunicación audiovisual. Andreu López Blasco, ed. Generalitat Valenciana, Valencia/1991. Disponível em [www.cisc.org.br](http://www.cisc.org.br), <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/violenciasimbolica.pdf>.

WOFF, F. **O Poder das Imagens.** In Novaes, Aauto (org) Muito além do espetáculo. São Paulo: Senac, 2004.

