

## **A Imagem Fotográfica e a Experiência Visual na Cultura Midiática<sup>1</sup>**

Rogério ANDRADE<sup>2</sup>

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP.

### **Resumo**

O objetivo do presente trabalho é refletir sobre as implicações do advento da fotografia para a experiência estética e visual no âmbito da cultura midiática, sendo esta compreendida como uma condição pós-moderna delimitada pela convergência de duas formas culturais, ou seja, a cultura visual e a cultura das mídias. O plano de fundo desta reflexão ocorre a partir da noção de pós-modernidade concebida como uma forma cultural predominantemente visual e marcada pela vigência das imagens técnicas.

**Palavras-chave:** Fotografia; Cultura midiática; Cultura visual; Experiência estética; Imagens técnicas.

### **Introdução**

O presente artigo faz uma análise das implicações do surgimento da fotografia para emergência da cultura midiática, compreendida pela convergência de dois modos de organização cultural: a cultura visual e a cultura das mídias. O objetivo é refletir sobre as particularidades da experiência estética e visual na pós-modernidade, experiência esta decisiva para se conceber a importância da imagem fotográfica, e demais imagens técnicas, nas sociedades contemporâneas.

O estudo está dividido em quatro partes, como demonstra a própria estrutura de seus tópicos. No primeiro são introduzidos os conceitos de “cultura midiática” e de “cultura das mídias” fundamentados a partir de Douglas Kellner (2001) e Santaella (2010), respectivamente. No seguinte, o conceito de “cultura visual” de Mirzoeff (2003) é utilizado para auxiliar a compreensão das implicações da plena difusão das imagens fotográficas enquanto mídias visuais e da emergência das mídias ao topo da semiose social. A terceira parte se refere à influência que o advento da fotografia exerce sobre a cultura, a ponto de estabelecer novos regimes históricos, identificados no pensamento de Walter Benjamin (2015) e Vilém Flusser (2011) pelos conceitos de “era da

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Fotografia, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Escola de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo e pesquisador integral da CAPES, e-mail: contato@rogerioandrade.com

reprodutibilidade técnica”, de “fase pós-histórica”. Além disso, o surgimento da fotografia irá possibilitar a ascensão da visualidade, e conseqüente declínio da hegemonia da escrita, a ponto de Mirzoeff (2003) declarar a pós-modernidade como a predominância da “cultura visual”. Por fim, a última parte trata dos conceitos relativos à experiência estética e visual fotográfica no âmbito da pós-modernidade midiática, uma realidade sociocultural em que a capacidade simbólico-imagética, vigente na cultura visual, parece se sobrepor a capacidade simbólico-conceitual predominante na cultura verbal.

### **Cultura midiática e a cultura das mídias**

O termo “cultura midiática” se refere a uma forma específica de organização cultural das sociedades capitalistas ocidentais que se torna vigente após o surgimento e desenvolvimento dos meios de comunicação de massa. Embora o termo seja amplamente aceito e apresente certa regularidade semântica, alguns pontos de divergência e debate se fazem presentes quando observamos o uso que diferentes autores fazem dele. Ao menos duas correntes parecem emergir nas discussões do campo. De um lado uma vertente que concebe a cultura midiática como a “cultura veiculada pelas mídias” no âmbito da sociedade de consumo (ou sociedade de massa) sendo a produção midiática um produto ou segmento da indústria cultural. Por outro lado, temos um conceito de cultura midiática distinto da noção de sociedade de consumo e imediatamente posterior à cultura de massas. Esse conceito de cultura midiática é compreendido como sinônimo de “cultura das mídias” e se refere a uma condição social em que os “veículos de comunicação” exercem influência preponderante sobre a realidade sociocultural, sobrepondo-se a influência anteriormente exercida pela indústria cultural e pelos setores produtores de bens de consumo em massa.

É importante esclarecer que no primeiro caso as mídias de massa são interpretadas como produtos da indústria cultural e seu funcionamento lhe é subordinado, portanto, os meios de comunicação têm por objetivo difundir e veicular conteúdos oriundos e essenciais à cultura de massas e a sociedade de consumo. No segundo caso, os veículos de comunicação de massa são entendidos como estruturas independentes da indústria cultural e dos sistemas de distribuição de entretenimento e produtos em massa, sendo assim, nesse modo de organização social, os meios de

---

comunicação produzem e estruturam condutas, comportamentos e normas simbólicas distintas daquelas propagadas anteriormente na sociedade de consumo pela indústria cultural. Desta forma, veiculam seus próprios modelos simbólicos, seus próprios modos de organização cultural, produzindo assim uma forma de cultura que lhe é peculiar, ou seja, a cultura das mídias.

Adotando uma concepção de acordo com a primeira vertente e em favor da convergência entre as noções de cultura midiática e cultura de massas, Douglas Kellner (2001), logo na introdução de sua obra relativa ao tema, apresenta seu posicionamento atrelando ambos os conceitos, nos seguintes termos:

A cultura da mídia é industrial; organiza-se com base no modelo de produção de massa e é produzida para a massa de acordo com tipos (gêneros), segundo fórmulas, códigos e normas convencionais. É, portanto, uma forma de cultura comercial, e seus produtos são mercadorias que tentam atrair o lucro privado produzido por empresas gigantescas que estão interessadas na acumulação de capital. A cultura da mídia almeja grande audiência (KELLNER, 2001, p.09).

Por outro lado, representando um pensamento distinto de Kellner, e mais adequado a segunda vertente, Santaella (2003, p. 13) afirma que a cultura das mídias se refere a um sistema social permeado por um conjunto de “processos de produção, distribuição e consumo comunicacionais”. Assim, assume uma postura em favor da autonomia e segregação entre os conceitos de cultura midiática e cultura de massa, afirmando que “ela [a cultura das mídias] não se confunde nem com a cultura de massas, de um lado, nem com a cultura digital ou cibercultura, de outro. É, isto sim, uma cultura intermediária, situada entre ambas” (Idem, p. 13). Por fim a autora conclui:

Enfim, cultura de massas, cultura das mídias e cultura digital, embora convivam hoje em dia em um imenso caldeirão de misturas, apresentam cada uma delas caracteres que lhes são próprios e que precisam ser distinguidos, sob pena de nos perdermos em um labirinto de confusões (Idem, p. 13).

É conveniente salientar que ambos os autores utilizam a mesma expressão, mas cada qual se referindo a sua base de pressupostos teóricos. No caso de Kellner, a noção de cultura da mídia, que inclusive dá nome a seu livro, se refere às formas culturais produzidas pela sociedade de consumo, sobretudo, por meio da indústria cultural e relativas aos meios de produção de entretenimento e bens de consumo em massa, ou seja, uma “cultura da mídia” externa aos meios de comunicação, mas veiculada por eles.

---

Por outro lado, Santaella se refere à “cultura das mídias”, no sentido de uma cultura estruturada e definida, predominantemente, pelos meios e produtos comunicacionais, sendo assim, uma cultura própria das mídias, ou ainda, uma cultura comunicacional.

O ponto de convergência entre estes posicionamentos pode se dar a partir do conceito de “continuidade da cultural” apresentado por Santaella (2010, p. 46) a partir dos estudos sobre cultura e modernidade de Frederick Barnard (1973) e da antropologia cultural de Felix Keesing (1964). Nesses estudos, a cultura é compreendida como um *continuum* que estabelece interação constante entre tradição e evolução, com base na tensão entre duas forças polares, ou seja, continuidade e ruptura, que constituem um único *continuum* cultural, formado pela integração de novos elementos culturais e pela adaptação de elementos tradicionais à semiose social.

De forma semelhante a estes estudos antropológicos, a semiótica da cultura também estabelece a existência de relações de continuidade no interior dos sistemas culturais, que ocorre por meio de “leis que recordam as leis da memória, segundo as quais o que é passado não é aniquilado nem se torna inexistente, pois, sofrendo uma seleção e uma complexa codificação, passa a ser conservado, para em determinadas condições novamente se manifestar” (LOTMAN, 1998, p. 109). A importância desses pontos de vista para o presente trabalho se deve a conclusão de que, independentemente da perspectiva assumida a respeito da vigência de uma pós-modernidade (ou apenas modernidade) cibercultural, informacional, reflexiva, de consumo ou ainda midiática, os efeitos da cultura midiática se mantêm presentes na sociedade contemporânea por meio de dispositivos de memória, codificação, tradução e/ou tensionamento de forças que garantem a continuidade cultural.

### **Cultura midiática e a semiose das mídias**

Para além das convergências e divergências na qual a dinâmica cultural relativa ao tema se instaura, nos interessam as implicações da plena circulação social de imagens fotográficas, na qualidade de mídias visuais, para a cultura visual contemporânea. Neste contexto entendemos a noção de “cultura visual” nos termos formulados por Nicholas Mirzoeff em sua celebre obra “Uma introdução à cultura visual”, em que o autor afirma que a vida cotidiana na pós-modernidade é permeada pela imagem e definida pelo visual em detrimento do verbal e do romance impresso que foi a forma de expressão determinante no século XIX (MIRZOEFF, 2003, p. 20).

---

Para o autor “a cultura visual é nova precisamente por priorizar o visual como um lugar em que se criam e se discutem os significados” (MIRZOEFF, 2003, p. 24). Esta compreensão é fundamental para a concepção de uma cultura midiática na qual as imagens ocupam importância primordial nas práticas sociais cotidianas.

Desse modo, entendemos a cultura midiática não apenas como campo estruturado, simultaneamente, como produtor da “cultura comunicacional” e veículo da “cultura de massa”, mas também mediado pela plena circulação de imagens e intensamente marcado pela predominância de aspectos culturais que se apoiam na visualidade. No entanto, antes de seguirmos adiante julgamos ser necessário fazer dois esclarecimentos. Primeiro, devemos dizer que para nós o termo “cultura das mídias” se apresenta como sinônimo ao conceito de “cultura midiática”, compreendida, simultaneamente, como a cultura veiculada pelas mídias e produzida pelos meios de comunicação e, portanto, distinto do sentido proposto por Santaella (2003, pg. 13), já demonstrado anteriormente, análogo exclusivamente à cultura comunicacional. Desta forma, o conceito de “cultura midiática” deverá ser compreendido nesses termos no decorrer do presente estudo. O segundo ponto que nos parece adequado esclarecer se refere ao fato de que excluímos de nossa argumentação aspectos relacionados à sociedade da informação e cibercultura, ambas condições pós-modernas, visto que para o percurso teórico adotado estas perspectivas trariam poucas contribuições, mas, de certo, muitas distrações.

Feitas as devidas observações nossa atenção se volta para a relação entre a cultura midiática e a semiose social. Sendo a cultura midiática a cultura produzida e veiculada pelas mídias e a semiose social a produção sociocultural de novas possibilidades de interpretações e de novos signos e linguagens, ou seja, a elaboração de uma “rede interdiscursiva” de significações sociais, ou ainda, o “fluxo da produção social de sentido” (VERON, 2004, p. 72-73). Corroborando estas perspectivas, Romanini (2006, p. 138) ao tratar da noção de semiose concebida por Peirce, afirma que “a semiose é ampliativa, partindo do simples em direção ao variado e complexo, ou seja, ela caminha no sentido do aumento da informação”. Portanto, com base nestas concepções constatamos algumas características essenciais da semiose social no campo da cultura midiática, sendo: a tendência para, por meio das práticas midiáticas e comunicacionais, ampliar as possibilidades de significação e de interpretação dos sistemas de signos já existentes; a propensão para o surgimento de novas mídias; a

existência de condições que favorecem o desenvolvimento cultural das mídias consolida-as como linguagens ou sistemas significantes, e; sua capacidade para elevar as mídias, em sua condição de sistemas de significação ou de linguagens, ao ápice da produção social de sentido.

Em outras palavras, a relação entre cultura midiática e semiose social pode ser compreendida por meio de três particularidades: a influência exercida pelas mídias sobre outros sistemas culturais (crenças, conhecimentos, convenções sociais, entre outros); a emergência de novas mídias e sua correspondente elevação ao plano de linguagens, e; a predominância das mídias diante de outros sistemas simbólicos, como a religião, as artes ou as tecnologias.

No que se refere às imagens fotográficas será a propensão da cultura midiática para produzir novas mídias, estabelecendo-as no plano de linguagens, que se impõem como um ponto fundamental para nossas argumentações, exatamente por ser devido a esta particularidade que a fotografia será instituída como uma mídia e, conseqüentemente, no âmbito da cultura das mídias, se constituirá como uma linguagem. Cabe esclarecer que sendo a mídia fotográfica (ou as imagens fotográficas) produtos da ação social do homem e, portanto, produtos de sua cultura, são desta maneira organizadas como uma linguagem cultural, uma produção social de sentido.

Santaella (2013) trata do conceito de linguagem visual e nos apresenta uma definição bastante consistente e muito pertinente ao nosso ponto de vista, como segue:

[...] as modalidades do visual dizem respeito às formas visuais estruturadas como linguagem, isto é, às formas visuais representadas. Quando digo “linguagem” e “representação visual” pretendo que esses termos já funcionem como indicadores de uma delimitação. Refiro-me as formas visuais que são produzidas pelo ser humano e, por isso mesmo, evidentemente organizadas como linguagem. Trata-se de signos que se propõem representar algo do mundo visível ou, em caso-limite, apresentarem-se a si mesmos como signos (SANTAELLA, 2013, p 186).

Portanto, sendo as imagens fotográficas formas visuais produzidas socialmente pela ação do ser humano, são também sistemas de signos que culturalmente objetivam representar as formas visuais estruturando-as como linguagem. Nossa perspectiva é a de que a cultura midiática se apresenta como uma forma de organização cultural em que as linguagens midiáticas exercem forte influência sobre os modos de organização social, os objetos midiáticos são elevados ao plano de linguagens e as linguagens midiáticas

---

ocupam o ápice da semiose social, como já foi dito. No entanto, convém averiguar qual o papel que a fotografia, na qualidade de mídia visual, ocupa para a consolidação deste contexto.

### **Pós-modernidade: a imagem técnica e a cultura visual**

O termo cultura, muito embora possa compreender um conjunto bastante amplo e heterogêneo de conceitos, pode ser definido de maneira geral como um complexo que abrange e articula distintos sistemas simbólicos produzidos por uma sociedade, ou seja, seus conhecimentos, crenças, costumes, regras morais, leis, produções artísticas e tecnológicas criados, promovidos e compartilhados pelos indivíduos de um determinado corpo social (TYLOR, [1871], 1920, p. 01). A cultura permeia as relações sociais, modela o comportamento dos indivíduos, proporciona alicerce a pensamentos e costumes e é nesse contexto que se insere a problematização da cultura midiática e da cultura visual.

A cultura midiática, no entanto, é um evento historicamente recente e desta maneira se apresenta como um objeto relativamente novo à “aventura humana” (KELLNER, 2001, p. 11). O primeiro conjunto de teorias que se dedicaram a analisar as implicações socioculturais das mídias de massa foram os chamados “estudos funcionalistas”, que surgiram e se estabeleceram durante as décadas de 1960 e 1970. Estes estudos se interessavam, sobretudo, pelo poder de influência, manipulação e orientação que as mídias de massa ofereciam sobre comportamentos e hábitos culturais. A partir de então outros segmentos de estudos midiáticos surgiram, as teorias críticas da escola de Frankfurt, os estudos de recepção, a escola latino-americana de comunicação, os estudos de linguagem, entre outros, que constituem abordagens diversas e se referem a distintos efeitos da cultura veiculada pelas mídias, formando um conjunto complexo de teorias relativas a um campo bastante marcado pelo conflito de ideias.

Por sua vez, os estudos de cultura visual parecem não encontrar resistência entre os teóricos e pensadores contemporâneos quanto à perspectiva de que um dos traços distintivos da realidade sociocultural pós-moderna é a intensa presença das imagens nas atividades e práticas cotidianas e consequente predominância da visualidade na experiência sensível humana (MIRZOEFF, 2003, p. 28). Partindo da premissa de que a cultura transpassa as relações sociais e os comportamentos dos indivíduos, oferecendo elementos de suporte e contestação para as percepções, sensações, ações e pensamentos

dos indivíduos, não podemos deixar de nos questionar sobre as implicações que a preeminência da visualidade e das imagens, na qualidade de mídias visuais, podem acarretar para os modos de organização cultural.

Vilém Flusser se dedicou a esta problemática em seu livro “Towards a philosophy of photography” (Para uma filosofia da fotografia) lançado no Brasil com o nome “Filosofia da caixa preta”. Nesta obra, Flusser cunha o termo “imagens técnicas” e afirma que “trata-se de imagem produzida por aparelhos. Aparelhos são produtos da técnica, que por sua vez, é texto científico aplicado” (FLUSSER, 2011, p. 29).

Para o autor, a importância das imagens fotográficas e demais imagens técnicas para a realidade sociocultural é tal que acaba por determinar os campos históricos, sendo que seu surgimento marca o fim da predominância da cultura verbal e escrita e, conseqüentemente, instaura o início de uma cultura da imagem, conduzindo a uma fase pós-histórica. Assim como o surgimento da escrita foi responsável pela transição da fase pré-histórica, na qual predominavam as imagens tradicionais, para a fase histórica, o advento da fotografia conduz a transição da fase histórica, na qual há a prevalência da escrita, para a fase pós-histórica, marcada pela ascendência das imagens técnicas. Em suas palavras: “Historicamente, as imagens tradicionais precedem os textos, por milhares de anos, e as imagens técnicas sucedem aos textos altamente evoluídos [...]. Historicamente, as imagens tradicionais são pré-históricas; as imagens técnicas são pós-históricas” (FLUSSER, 2011, p. 29).

Podemos considerar uma convergência entre o pensamento de Flusser e de Mirzoeff já que para o último é a predominância da visualidade e advento da cultura visual que determina a transformação da condição social chamada moderna para a condição pós-moderna, como segue:

[...] o pós-moderno é a crise provocada pela modernidade e pela cultura moderna ao enfrentar o fracasso de sua própria estratégia de visualização. Em outras palavras: a crise da cultura é o que cria a pós-modernidade e não seu conteúdo textual. Embora seja certo que a cultura impressa não vai desaparecer, a fascinação pelo visual e seus efeitos que marcaram a modernidade tem engendrado uma cultura pós-moderna que ainda é mais visual (MIRZOEFF, 2003, p. 20).

Para ambos, a questão da visualidade se apresenta como um elemento primordial para a consolidação de um novo contexto cultural que se impõe sobre os cânones da modernidade e que proclama sua superação. É nesse contexto em que a mudança dos

---

paradigmas visuais instituí profundas transformações sobre os modos de organização social, que se constata a influência e relevância da fotografia para o contexto cultural.

Walter Benjamin foi muito sensível à temática da visualidade na qual reconheceu e concedeu a fotografia importância particular e predominante, por sua capacidade de influenciar, ou até mesmo transformar, a sociedade e seus sistemas culturais. Em seu artigo “A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica”, Benjamin observa o impacto social que a fotografia exerce sobre o campo das expressões humanas, a ponto de alterar a própria natureza da arte.

Irrelevante e confusa sentimos hoje a controvérsia debatida ao longo do século XIX entre a pintura e a fotografia quanto ao valor artístico de seus respectivos produtos [...]. Em um primeiro momento muito se debateu e muito se desperdiçou em argumentos no sentido de se tentar definir se a fotografia era ou não uma arte, sem ter previamente colocado a discussão se a invenção da fotografia não haveria transformado o sentido global de arte (BENJAMIN, 2015, p. 107-108).

Para o autor a “era da reprodutibilidade técnica” é também a era da predominância do “valor de exposição” da obra de arte, em detrimento de sua “aura” e “valor de culto”, na medida em que “a obra de arte reproduzida é cada vez mais a reprodução de uma obra de arte criada para ser reproduzida” (BENJAMIN, 2015, p. 102). Embora por óbvias questões cronológicas, Benjamin não faça referência a nenhuma relação entre fotografia e pós-modernidade, seu ponto de vista atribui à fotografia a capacidade de influir de forma decisiva sobre a realidade sociocultural a ponto de seu advento delimitar o surgimento de uma nova era na história humana, ou seja, a era da reprodutibilidade técnica.

Nesse sentido, nos parece ser adequado pensar em um ponto de convergência no pensamento de Flusser, Benjamin e Mirzoeff, na medida em que a fotografia acaba por impactar decisivamente a transformação dos campos históricos, delimitando o início de uma nova época. Essa época é definida pela prevalência da visualidade e das imagens técnicas, sobre os aspectos simbólico-conceituais da comunicação verbal-escrita, interpretado como um período pós-histórico por alguns, como uma era marcada pelos mecanismos de reprodutibilidade técnica por outros, ou ainda, pela vigência de uma condição pós-moderna estabelecida pela ascensão de uma cultura predominantemente visual.

---

## **A cultura midiática e a experiência estética visual**

Nos termos do percurso desenvolvido neste trabalho, consideramos a pós-modernidade como uma condição cultural das sociedades pós-industriais contemporâneas, definida por dois aspectos complementares, sendo: (1) a cultura visual, ou seja, a predominância da visualidade e plena circulação de imagens, na qualidade de mídias visuais e; (2) a cultura midiática, simultaneamente constituída pela cultura veiculada pelas mídias e pela cultura produzida pelos meios de comunicação.

Portanto, consideramos à realidade social contemporânea como uma pós-modernidade midiática, ou seja, uma condição pós-moderna delimitada pela convergência de dois modos de organização cultural: a cultura visual e a cultura das mídias. Por meio desta convergência é que se inserem as reflexões sobre a relevância da fotografia e suas implicações para a construção do presente panorama sociocultural. Pois, sendo a fotografia uma mídia visual no contexto da cultura midiática, este suporte se apresenta como uma estrutura de propagação da cultura das mídias, caracterizada, neste contexto, pelos padrões culturais produzidos por esta própria mídia, amplamente reproduzida e destinados ao consumo de massa.

Dito isto, nos parece necessário esclarecer ainda o que é uma cultura (ou padrão cultural) produzida por uma mídia, neste caso, a fotografia. Dennis Cuche ao definir a concepção universalista de cultura de Edward B. Tylor, afirma que “a cultura é a expressão da totalidade da vida social do homem. Ela se caracteriza por sua dimensão coletiva” e se refere a um complexo que inclui o conhecimento, as crenças, os hábitos, os costumes e as capacidades adquiridas “pelo homem enquanto membro de uma sociedade” (CUCHE, 1996, p. 35). Desta forma, a cultura produzida pela mídia fotográfica, no contexto de uma pós-modernidade marcada pela predominância das imagens técnicas, diz respeito não apenas aos hábitos e costumes disseminados pelas imagens fotográficas, mas principalmente a capacidade simbólica adquirida pelos indivíduos membros desta sociedade, para decodificar a informação visual destas imagens. Esta cultura produzida pela plena circulação social das imagens fotográficas viabiliza a extensão da capacidade simbólica de decodificar os textos verbais, proporcionando à capacidade simbólica de decodificação das imagens técnicas que, conseqüentemente, corresponde também ao conhecimento simbólico-imagético adquirido em ampliação ao conhecimento simbólico-conceitual.

Desta forma, a cultura das mídias, ou mais especificamente a cultura da mídia fotográfica, se refere a pelo menos dois tipos de informação disseminadas por este suporte, sendo: (1) as crenças, hábitos e costumes difundidos como conteúdo da mensagem visual desta mídia e; (2) a capacidade de codificação e decodificação destes significantes visuais, como forma de conhecimento simbólico-imagética. Em outras palavras, deduzimos que existem pelo menos dois planos de influência da ação dos signos fotográficos sobre a cultura: de um lado, um plano cultural influenciado pelos “conceitos” ou “significados” expressos pelos “significantes” visuais fotográficos, que veiculam conhecimentos, crenças, hábitos e costumes; por outro lado, um plano cultural influenciado pela plena circulação destas imagens, que constituem as capacidades, socialmente adquiridas pelos membros desta sociedade, para codificar e, principalmente, decodificar estes “significantes” visuais.

Assim, a fotografia se instaura enquanto linguagem na eminência de um sistema cultural que reconhece nesses objetos uma relação de produção de sentido que vai além da simples propagação de crenças ou de costumes e proporciona novas capacidades e formas de conhecimento, baseadas na experiência estética visual.

Alan Sekulla (1982), em seu artigo “On the invention of photographic meaning” (Sobre a invenção do sentido fotográfico), analisa aspectos relativos a esta capacidade de decodificação visual das imagens fotográficas e ao conhecimento simbólico-imagético necessário para realizar esta operação cognitiva, demonstrando que a capacidade para a decodificação dos significantes visuais fotográficos não são de forma alguma um competência intrínseca à percepção visual ou uma condição ontológica inerente destas imagens, mas sim um aspecto simbólico da cultura.

O antropólogo Melville Herskóvits mostrou um dia a uma mulher aborígine uma foto de seu filho. Ela é incapaz de reconhecer qualquer imagem até que os detalhes da fotografia lhe são apontados. Esta incapacidade parece ser o resultado lógico da vivência em uma cultura que não está preocupada com a representação icônica bidimensional do espaço “real” tridimensional, uma cultura sem uma compulsão realista. Para esta mulher, a fotografia não está relacionada a uma mensagem, é uma “não-mensagem”, até que seja enquadrada linguisticamente pelo antropólogo [...].

Regularmente, somos informados que “a fotografia tem “sua própria linguagem”, e “além do discurso” é uma mensagem de “significado universal” – em suma, que a fotografia é uma linguagem, ou sistema de signos, universal e independente. Esta implícito neste argumento a noção quase-formalista de que na fotografia suas qualidades semânticas derivam de condições que residem na própria imagem. Mas se aceitarmos a premissa fundamental de que a

---

informação é o resultado de uma relação culturalmente determinada, então não podemos mais atribuir um significado intrínseco ou universal a imagem fotográfica (SEKULLA, 1982, p. 85-86).

Nossa perspectiva é a de que o surgimento da fotografia na qualidade de imagem técnica, não é circunstância suficiente para qualificá-la como linguagem, uma vez que para se instaurar enquanto linguagem é necessário seu reconhecimento como sistema de comunicação. Será apenas na vigência de uma sociedade midiática e de consumo que a fotografia, assim como muitos outros sistemas de significação, se estabelecerá como uma linguagem. Por outro lado, apenas por meio da plena circulação social das imagens fotográficas e de sua concreta atuação comunicativa enquanto sistema de linguagem é que a cultura midiática poderá se estabelecer efetivamente como tal.

Assim sendo, reconhecemos que a fotografia constitui-se como um sistema cultural por meio do qual se criam novas capacidades e conhecimentos, atrelados a experiência e sensibilidade estética. A emergência desse sistema e desta nova sensibilidade estética delimita o declínio de uma cultura marcada pela predominância do pensamento simbólico-conceitual em favorecimento da racionalidade simbólico-imaginativa. Flusser (2011, p. 33-34) defende esta perspectiva nos seguintes termos:

A função das imagens técnicas é a de emancipar a sociedade da necessidade de pensar conceitualmente. As imagens técnicas devem substituir a consciência histórica por consciência mágica de segunda ordem. Substituir a capacidade conceitual por capacidade imaginativa de segunda ordem. E é nesse sentido que as imagens técnicas tendem a eliminar os textos. Com esta finalidade é que foram inventadas [...]. A invenção das imagens técnicas é comparável, pois, quanto à sua importância histórica, à invenção da escrita.

Portanto, é a vigência de uma cultura da imagem que institui os novos parâmetros da compreensão humana. Uma condição pós-moderna – ou nos termos de Flusser, um período pós-histórico – no qual se estabelecem novos regimes de racionalidade apoiados na capacidade imagética e na visualidade. Nas palavras do autor, “o abandono do pensamento causal e linear se dá espontaneamente, não é preciso deliberá-lo. Pensamos já pós-historicamente. Os conceitos-chave sustentadores da fotografia já estão espontaneamente encrustados em nosso pensar” (FLUSSER, 2011, p.102).

Arlindo Machado (2000) corrobora e até mesmo amplia a noção da influência da fotografia sobre a sensibilidade humana na cultura pós-moderna afirmando que a fotografia serve de modelo para as demais mídias contemporâneas e desta forma, se

---

apresenta como uma matriz de apoio para “toda a produção contemporânea de signos visuais e auditivos”. Delimitá-la é um pouco buscar definir nossos modelos de percepção e compreender nossas estratégias de linguagem. Nas palavras do autor:

A fotografia é a base tecnológica, conceitual e ideológica de todas as mídias contemporâneas e, por essa razão, compreendê-la, defini-la é um pouco também compreender e definir as estratégias semióticas, os modelos de construção e percepção, as estruturas de sustentação de toda a produção contemporânea de signos visuais e auditivos, sobretudo daquela que se faz através de mediação técnica (MACHADO, 2000, p. 01).

Desta maneira, constatamos o impacto causado pela fotografia sobre a cultura, a ponto de estabelecer novos regimes de racionalidade baseados na experiência sensível visual e imagética, em detrimento da razão simbólica-conceitual; e da vigência de uma condição pós-moderna, marcada pela predominância de uma cultura da visualidade, em detrimento da cultura verbal que delimitou a história, que também pode ser denominada de fase pós-histórica.

Estes novos paradigmas ou regimes de visualidade são marcados não apenas pela predominância da imagem em depreciação da cultura verbal, como demonstrou Mirzoeff (2003), mas também pelo declínio do pensamento conceitual em favor de uma racionalidade simbólico-imaginativa (FLUSSER, 2011, p. 33). A pós-modernidade é, portanto, também o plano da prevalência do pensamento pós-histórico, ou seja, da predominância da experiência sensível baseada na visualidade em detrimento da razão conceitual-simbólica.

### **Considerações finais**

A discussão proposta nesse estudo objetivou compreender as influências do surgimento da fotografia sobre a realidade sociocultural e também suas relações com a experiência estética e visual, em uma cultura marcada pela predominância da visualidade, em detrimento dos aspectos verbais que dominaram a cultura antes do advento da pós-modernidade.

O conceito de cultura midiática foi fundamental para estabelecer os princípios que regem a cultura da sociedade pós-moderna, bem como a influência da mídia sobre a organização sociocultural, a ponto de se afirmar a condição pós-moderna como a vigência da cultura visual. Três aspectos da cultura midiática foram evidenciados, sua

---

propensão à emergência de novas mídias, a influência das mídias sobre os demais sistemas simbólicos e sua tendência para elevar as mídias ao ápice da semiose social.

É neste ponto que a cultura midiática tem suas implicações sobre a fotografia, na medida em que apenas pela vigência da cultura das mídias é que a fotografia se estabelecer como uma mídia, superando seu estatuto tecnológico, se consolidando como uma linguagem cultura e sendo alçada ao topo da produção social de sentido e desta forma influenciando outros sistemas simbólicos. Mais adiante neste estudo, foi demonstrado que esta influencia sociocultural da fotografia ocorre em dois planos, ou seja, do significado e do significante. No primeiro caso, os conceitos vinculados pelas por estes significantes visuais influenciam os costumes, crenças e hábitos devido a sua condição culminante entre os sistemas de produção de sentido e; no segundo caso, a intensa presença social destes significantes visuais propicia o desenvolvimento da capacidade para sua codificação e decodificação, ou seja, permite a ampliação da racionalidade simbólica-conceitual ao plano da compreensão simbólico-imagética.

Esta cognição simbólico-imagética se estabelece como uma forma de racionalidade predominante na pós-modernidade, neste sentido, o advento da fotografia tem importância fundamental, visto que segundo Benjamin e Flusser, este fato conduz a novos regimes históricos, respectivamente, denominados “era da reprodutibilidade técnica” e “fase pós-histórica” que poderiam ser enquadrados, em termos mais atuais, como uma condição pós-moderna. Estes conceitos se encontram em convergência com o pensamento de Mirzoeff (2003) que afirma a pós-modernidade como uma condição social delimitada pela hegemonia da “cultura visual”. Assim sendo, a experiência estética e visual no âmbito da pós-modernidade, se apresenta como uma capacidade simbólico-imagética, predominante na cultural visual, que se sobrepõe a capacidade simbólico-conceitual vigente na cultura verbal.

### **Referências bibliográficas**

BARNARD, F. M. Culture and Civilization in Modern Times. In: Wiener, P. P. (ed.). **Dictionary of the History of Ideas: Studies of Selected Pivotal Ideas**. New York: Charles Scribner's Sons, vol. 1, pp. 613-621, 1973

BARTHES, R. **Elementos de semiologia**. São Paulo: Cultrix, 2012.

---

BENJAMIN, W. **Sobre la fotografía**. Pre-textos: Valencia, 2015.

CUCHE, D. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: Edusc, 1999.

FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Annablume, 2011.

KEESING, F. M. **Cultural Anthropology**: The Science of custom. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1964.

KELLNER, D. **A cultura da mídia – estudos culturais**: identidade e política entre o moderno e pós-moderno. Bauru: Edusc, 2001.

LOTMAN, I. M. **La semiosfera II**: semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio. Madrid: Ediciones Cátedra, 1998.

MACHADO, Arlindo. *A fotografia como expressão do conceito*. **Studium**, Unicamp, 2000. Disponível em: < <http://www.studium.iar.unicamp.br/doi/1.htm>> Acesso em: 17/11/2017.

MIRZOEFF, N. **Una introducción a la cultura visual**. Barcelona: Paidós, 2003.

ROMANINI, A. V. **Semiótica Minuta**: Especulações sobre a gramática dos signos e da comunicação a partir da obra de Charles S. Peirce. 2006. 245f. Tese de doutorado em Ciências da Comunicação. Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

SANTAELLA, L. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTAELLA, L. **Matrizes da linguagem e pensamento**: sonora visual verbal: aplicações na hipermídia. São Paulo: Iluminuras, 2013.

SEKULA, A. On the invention of photographic meaning. In: BURGIN, V. (ed). **Thinking photography**. Hampshire: Macmillan Press, 1982, p. 84-109.

TYLOR, E. B. **Primitive culture**: researches into the development of mythology, philosophy, religion, language, art and custom. vol. I. London: John Murray, 1920.

VERÓN, E. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.