



Título da exposição:

Em que ambiente vivemos hoje?

Algumas anotações sobre uma ecologia das imagens.

Palestrante:

Norval Baitello Junior

Instituição:

CISC-PUCSP

Aby Warburg escreveu, em seu doloroso exílio na Clínica Bellevue, em Kreuzlingen, na Suíça, sob os cuidados de Ludwig Binswanger, dois pequenos fragmentos autobiográficos. No segundo fragmento recorda a Teologia Medieval que descrevia o percurso do homem em três grandes etapas culturais, *sub natura, sub legge, sub gratia*, respectivamente, antes do Antigo Testamento, sob o Antigo Testamento e sob o Novo Testamento.

Esclarecendo que sua própria biografia passara pelas três etapas na infância, acrescenta que dos 13 aos 18 anos, passados em um Realgymnasium, em pleno florescimento do darwinismo, descobrira que a modernidade se funda sobre uma quarta era, a da “crença ou fé (Glaube) nas leis da natureza”¹, o que poderíamos denominar grosso modo “uma fé na ciência” ou *fides scientia*. O vertiginoso desenvolvimento das ciências a partir do Renascimento contribuiu para a o desenvolvimento de um ambiente tão vigoroso quanto aqueles que vigoraram em suas respectivas épocas anteriores, tema exaustivamente trabalhado pela história das ideias. Entretanto a verdade das leis da natureza, entre elas as leis da natureza social e as da natureza cultural, começa a demonstrar fadiga diante dos valores que começam a se impor com o desenvolvimento de novas formas de distribuição das mensagens e da informação. O ambiente cultural e social no fim do século XIX e no início do XX abrigou o início de uma paulatina porém radical mudança de valores, chamada por Nietzsche ‘Umwertung aller Werte’. Os padrões da ciência clássica são tensionados por uma avalanche de novas teorias que abrangiam o conhecimento do universo desde as partículas subatômicas até os sistemas cósmicos. Igualmente nos ambientes culturais, a chamada “virada estética” sofre grandes inversões, expandindo os parâmetros abertos com o Renascimento e até mesmo explodindo os chamados ideais estéticos, bem como os ideais chamados “civilizados e ocidentais éticos” em favor de uma nova civilização fundada nos valores da reprodutibilidade, tanto de produtos (cf. Morin) quanto de imagens. A serialização e o valor de exposição passam a ser o cânon dos novos ambientes, não mais a ética nem a estética. É preciso aqui ressaltar o alcance da visão de Walter Benjamin quando intui que o valor de culto (o estético e o culto da verdade, o ético, cedem lugar ao valor de exposição).

¹ Binswanger, L./Warburg, A. (2007) Die unendliche Heilung. Aby Warburgs Krankengeschichte. Ed. Chantal Marazia/ Davide Stimilli. Berlin/Zürich: Diaphanes. P.104.

Aprendemos com Aby Warburg e com Tetsuro Watsuji (Cf. Antropologia da paisagem) que os ambientes co-determinam os sentidos e as ações do homem. E que os ambientes são processos complexos de nodações, constituem e são constituídos por redes de amarrações múltiplas, redes de vínculos. Tais redes são de distintas naturezas e possibilitam diferentes capilaridades e escalas. Uma rede nasce sempre de um processo de sociabilidade e afetividade. Em princípio aparentemente simples, com os primeiros sistemas de vínculos, ela vai se transformando para lidar com afetividades mais complexas, adequadas à ampliação da vida grupal em sociedades muito complexas. Tais sociedades (que podemos chamar de entômicas) exigiram o desenvolvimento de ferramentas artificiais de vinculação. Harry Pross nos alertou, já em finais da década de sessenta, que “toda comunicação começa no corpo e nele termina”. A tais meios primários, gerados pelo corpo, vão se somando meios secundários e terciários que permitem maiores extensões espaço-temporais às redes que se formam. Com os meios terciários as nodações e as redes, hoje, em suas mais atualizadas versões, reguladas por algoritmos, passam a praticar uma capilaridade planetária, chegando aos mais impensáveis alvos, com seletividade extremamente precisa. Nas mãos do capital financeiro global – em mãos de quem mais poderiam estar? – produzem fenômenos como trumps e bolsonaros, fabricam modas e ídolos, lançam tendências, difundem leis próprias e criam bolhas. A autodeterminação e o senso crítico são substituídos por ondas avassaladoras de imagens às quais não se questiona se são éticas ou estéticas, elas são simplesmente onipresentes e se apoiam na repetição e na reiteração. Vamos procurar entender melhor a força motriz que determina a relação dos ambientes com as redes.

Warburg estava vivenciando, antes e depois da I. Guerra Mundial até sua morte, em 1929, o início de uma escalada desenfreada das imagens em sua reprodução mecânica. Durante a guerra colecionava fotos de guerra (cf. Serva) e recortes de jornal e ilustrações a respeito de temas específicos, as mais diversas imagens, cotejando os motivos com outras imagens históricas de todos os tempos, reunindo material para seu grande projeto do Atlas das Imagens, conquanto tal atitude tenha sido vista pelos médicos como sintoma de sua enfermidade mental.

A profusão das imagens de toda natureza, por todos os meios, sobretudo os meios de distribuição automática de imagens colocam em crise o valor máximo da *fides scientia*. Contra uma verdade científica podem ser produzidas e financiadas versões que a desmentem. Foi assim que indústria do tabaco conseguiu retardar por mais de meio século as descobertas de altas incidências de câncer provocado pelo fumo. Multiplicando versões e as reproduzindo para criar ruído branco sobre a “*fides scientia*”. E a fé nas leis da natureza estudadas pelas ciências (mesmo a natureza social e cultural), passa a ser uma crença nos valores criados pela demoscopia das imagens, ou seja, pelo seu valor de exposição. Em outras palavras, a fé e a crença se deslocam das leis naturais para a força da repetição. É a repetição que se torna lei. É a exposição que determina o valor. Vivemos uma época de “*fides imago*”, fé na imagem, que por vezes se desloca para a adoração das máquinas reprodutoras de imagens. A fé nas máquinas se transmuta em fé na mídia e vice-versa. Assim podemos entender um pouco melhor o ambiente em que vivemos hoje: sobre resíduos de *natura, legge, gratia, scientia*, vem se configurando hoje um outro ambiente de *fide*, uma fé cega na imagem, ou seja, naquilo que se mostra com insistência e reiteração, que repetidamente se exhibe e se expõe. Com esta consciência é que Warburg se dedica aos seus três (últimos) projetos: 1. o Atlas das imagens; 2. Rembrandt como o grande artista representante de um conceito muito caro a Warburg, “o espaço de pensamento da prudência” (*Denkraum der Besonnenheit*); 3. a idealização de um selo postal para a frágil República de Weimar. Este último projeto, aparentemente menor, abriga um conceito: os selos postais eram as imagens mais universais, de maior capilaridade daquele tempo, entravam em cada domicílio, eram vistas por um número exponencial de pessoas, nenhuma outra imagem alcançava tantos e tão bem. Warburg não estava preocupado com sua estética, mas com sua capilaridade, para portar um conceito, uma valoração, uma ideia sobre a República. Seu projeto apresentava um avião estilizado, esta era sua proposta para qualificar a jovem e frágil república, por meio de uma imagem de selo postal, uma miniatura, portanto, mas reproduzida e distribuída na escala dos milhões de exemplares. O avião, então representando a inventividade, a potência, o sonho de voar, o futuro, o avanço da ciência e da técnica, a mobilidade entre fronteiras, a velocidade, era tudo o que a República precisava: gerar ânimos e adeptos para uma crença, para um ambiente de fé,

ancorado na distribuição de imagens. Sob o avião são inscritos os dizeres latinos “Idea vincit”, a ideia vence.

Se por um lado, Warburg tinha consciência de que imagens geram ambientes e era necessário e possível intervir com imagens para transformar os ambientes, sua preocupação com o lastro histórico das imagens, aquilo que ele chamava “Nachleben”, pós-vida, foi uma constante em seu pensamento. Pode-se dizer que Warburg oferece elementos fundamentais para compreendermos o ambiente em que vivemos, pensando uma ecologia das imagens em dois vetores, um genealógico e um futuroológico. O primeiro analisa o percurso das imagens, sua migração, sua permanência, a força de seu sentido; o segundo observa o impacto das imagens sobre os ambientes. Pode-se deduzir do pensamento de Warburg que uma ecologia das imagens será um dos desenvolvimentos de sua “ciência sem nome”. Se entendemos imagem como configuração sensorial vinculadora, teremos que considerar que uma imagem pode ser uma configuração para qualquer dos nossos sentidos, desde a visão e a audição, até o tato, o olfato e o paladar. A superpopulação de tais configurações exige o uso de energias cerebrais crescentes, gerando estresse na capacidade de discernimento, e diminuição da força requerida pela autodeterminação. Isto quer dizer que a repetição, força motriz da mídia em geral, atua como uma máquina de criar torpor para conduzir pensamento e ação em direções planejadas pelos detentores desta mesma mídia ou para seus financiadores. Tal é o ambiente em que vivemos hoje: se a imagem da virada estética buscava a imanência da fruição e o desenvolvimento da percepção para o presente, a imagem da virada mediática faz o oposto, gera transcendência, retirando-nos do aqui e agora para nos conduzir a uma ação e um pensamento que não mais autodeterminamos. E quando tais imagens (notícias, versões, fotos, filmes, gestos, atitudes, etc) são geradas orquestradamente e direcionadas aos alvos sabidamente sensíveis a elas, são avassaladoras e imperativas.