



Imagens Auditivas e os Ambientes Vinculadores - A Necessidade do Resgate do Corpo no Processo de Comunicação¹

Natália Constantino Diogo

Faculdade Cásper Líbero²

Resumo

O presente artigo discorre sobre como as imagens externas, ou imagens exógenas, em excesso parecem ter feito com que o ser humano reduzisse os ambientes – lugares que se transformam agora em não-lugares – que utilizara anteriormente para se vincular aos seus pares. Este texto percorre o caminho acima explicitado através da análise de exemplos vinculados ao universo especificamente das imagens auditivas.

Palavras-chave: imagens endógenas, imagens exógenas, ambientes, vínculos, ecologia da comunicação.

Abstract

This article discourses about how external images, or exogenous images, in excess seemed to affect human beings in a way that they reduce their environments – places transformed into non-places – preventing the individuals from creating bonds with others. This text goes through the analysis of examples related to the specific context of sound images.

Key words: exogenous images, endogenous images, environments, bonds, ecology of communication.

A imagem auditiva

Imagem, para o senso comum é apenas algo que vemos, com nossos olhos, e que é exterior, ou seja, não faz parte do nosso corpo. Uma propaganda, uma fotografia, um vídeo, uma pessoa etc.

No entanto, as imagens podem também ser produzidas pelos nossos outros sentidos, são as imagens olfativas, gustativas, proprioceptivas, táteis e auditivas. O que quer dizer que as imagens podem ser também interiores a nosso corpo. As que especialmente nos interessarão para o presente artigo são as de cunho auditivo.

¹ Trabalho apresentado no DT 05 – Comunicação Multimídia do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero e bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – FAPESP. E-mail: naticdi@gmail.com



Conforme Baitello (2005: 45) nos lembra, a imagem, neste sentido é, em sua maioria, invisível e pode somente ser percebida por alguns vestígios ou por outros sentidos que não a visão.

O exemplo abaixo, explica bem essa situação e nos acrescenta mais um dado: as imagens auditivas podem ser conscientes ou inconscientes. O neurologista, escritor e músico Oliver Sacks, traz um caso extremo:

Jerome Bruner, um amigo meu extremamente musical, contou-me que certa vez pôs um de seus discos favoritos de Mozart para tocar, ouviu-o com grande prazer e então foi virar o disco para ouvir do outro lado. Descobriu, naquele momento, que não tinha posto o disco para tocar da primeira vez. (Sacks, 2007: 43)

É claro que acontecer isso não é tão corriqueiro, entretanto, todos nós já completamos involuntariamente aquela música conhecida que tocava no rádio antes de ser desligado, por exemplo.

A partir de nossa realidade referencial, que por sua vez é construída através de uma capacidade de percepção que envolve todos os sentidos, conseguimos imaginar, ou seja, construir uma imagem auditiva a partir do objeto, neste caso, sonoro que nos foi exposto. (Balsebre 2005: 336)

Werner Klippert, crítico de rádio alemão, ao falar sobre peças radiofônicas, nos presentia com um exemplo:

Quando são retiradas todas as gravações de respiração de um determinado take, de tal forma que a fala se desenvolva sem qualquer pausa para tomar ar, obtém-se um efeito de distanciamento, que produz, sem qualquer filtro, a impressão do fluxo dos pensamentos, pois os nossos pensamentos não fazem pausas para respirar. (Klippert, 1980: 29-30)

O que compreendemos com este exemplo é que as imagens ocasionadas pela audição, portanto, não necessariamente serão musicais, podem ser sensações, lembranças, palavras, etc. No caso de um ouvinte de rádio ou de *podcast* as combinações ocasionadas são diversas:

A palavra, surgida da força imaginativa do falante, desperta no ouvinte ideias e, como resultado delas, sensações. Da mesma forma, os ruídos, cuja causa não podemos ver, só podem despertar imagens. A música, que apoia frequentemente a palavra na peça radiofônica, pode, além de outros efeitos, incrementar os que resultam da palavra ou do ruído. (Richard Kolb *apud* Albano, 2005: 194)



Desta forma, conseguimos compreender o poder de criação de sensações que os sentidos, e, neste caso, específico, a audição possui quando trabalhado de forma adequada na geração de estímulos.

Quem também falou disso, ainda na década de 1930, foi Rudolf Arnheim: “[...] a multiplicidade de vozes, harmoniosas e dissonantes, roucas e macias, calmas e agitadas, nasais e ressonantes, reprimidas e abertas, agudas ou profundas servem para enriquecer a variedade de imagens sonoras na peça”.³ (Arnheim, 1936: 38)

Explicando especialmente a questão da fala na audição radiofônica, a explanação do autor pode ser estendida não somente aos dias de hoje, mas às tecnologias disponíveis atualmente e à variedade de possibilidades não apenas da fala, como também das musicais, de ruídos, de efeitos sonoros ou de silêncio. No prefácio à edição americana de *Estética Radiofônica* Arnheim ressalta também que “Enquanto permite ao ouvinte concentrar-se na fala e no som, o rádio também encoraja a mente a divagar”⁴ (Arnheim, 1936: 8)

Balsebre possui, entre muitos exemplos interessantes, um que se encaixa exatamente nessa situação, e que reproduziremos aqui:

[...] o efeito sonoro da chuva, pode tanto informar a condição do tempo como estimular, pela associação de ideias, que o ouvinte construa uma imagem de um ambiente subjetivo intimista, solitário. Esta associação convencional se baseia na afetividade suscitada pelo som da chuva nas pessoas com base em arquétipos universais. (Balsebre, 2005: 333)

Arquétipos estes que podem ser trazidos não apenas por um efeito sonoro, como por uma voz, uma palavra, uma música, criando assim todo um *ambiente* na mente do ouvinte, conforme veremos mais adiante.

Imagens endógenas e exógenas

³ Tradução nossa. Texto consultado: “[...] the multiplicity of voices, harmonious and discordant, raucous and smooth, calm and restless, nasal and resonant, repressed and open, piping and booming, serve to enrich the variety of the sound-images in the piece”

⁴ Tradução nossa. Texto consultado: “While allowing the listener to concentrate on speech and sound, radio also encourages the mind to wander”



Mas para compreender o processo de criar imagens mentais através da comunicação, precisamos começar a entender o conceito desenvolvido por Hans Belting de criação de imagens endógenas e exógenas, ou seja, imagens internas e externas, respectivamente.

A imagem endógena é uma construção ou até uma reconstrução de imagens mentais, seja ela de nós mesmos, dos demais, de objetos ou até de conceitos abstratos. Os sonhos também são imagens endógenas.

A imagem exógena é “uma figura extremamente visível porque está associada a um suporte, uma parede, uma rocha, uma pedra, um pedaço de madeira ou pano, um papel, uma tela de cinema, televisão ou computador”. (Baitello, 2003: 78)

Norval Baitello Júnior explica também que a imagem endógena é extremamente rica, nos servindo à criatividade. “Indubitavelmente as imagens endógenas são campo fértil para o exercício de criação de cenários hipotéticos móveis, são um indispensável instrumento da imaginação e da criatividade”. Baitello (2003: 78) também ressalta que quanto mais ricas nossas experiências de vida acumuladas, mais ricas serão as imagens endógenas, ou seja, mais variado será seu repertório.

Ou seja, as imagens endógenas, são resultado e ao mesmo tempo geram criatividade e imaginação, sendo, portanto, fundamentais para a geração de uma comunicação mais aprofundada entre indivíduos e um potencial ambiente de vínculos entre pessoas com outras e inclusive com elas mesmas de forma mais intensa.

Corpos, ambientes e vínculos

Levando em conta a proposta de Harry Pross de se considerar que o corpo é “base e ponto de partida para a comunicação” (Baitello, 2010: 105), percebemos que o corpo é o “catalisador de um ambiente comunicacional” (Baitello, 2008: 99), ou seja, é o corpo que permite que haja ambientes onde pode acontecer a comunicação.

É nestes ambientes que ocorre a criação de vínculos, isto é, onde criamos laços de relacionamento com nossos pares.



Comunicar é criar ambientes de vínculos. Nos ambientes de vínculos já não somos indivíduos, somos um nó apoiado por outros nós e entrecruzados. Construir um ambiente e situar-se nele reduz a fragilidade de estar só. E, para os entrelaçamentos, somente corpos podem ser pontos de germinação dos ambientes. Corpos narrativizam tais entrelaçamentos que geram ambientes, e os ambientes são os pressupostos para a continuidade, para a sustentabilidade, para a sobrevivência do corpo nos outros corpos e nos corpos-outros. (Baitello, 2008: 100)

Norval Baitello Júnior diz inclusive que somos predispostos a favorecer ambientes nos quais se realizam os vínculos (Baitello, 2008: 99). E esta criação de ambientes, feita, portanto, pela comunicação, é realizada por todos os nossos sentidos, envolvidos de forma orquestral para gerar a vinculação, a criação de laços. Seja por meio da fala, da escrita, da música, da poesia, dos saraus, dos filmes, estamos sempre tentando nos comunicar.

Mas como será que acontece essa comunicação em um momento em que há um excedente de aparatos tentando sempre nos colocar em contato com outros, de forma quase incessante? O celular, por exemplo, – ao mesmo tempo que facilita nossa comunicação com os demais, seja por meio de uma ligação telefônica, seja através da música que ouvimos na rádio ou na memória do aparelho – está sempre ligado, trazendo excessivas informações, mil músicas disponíveis para escuta, vídeos infinitos online na hora que desejarmos baixar. Será que mesmo assim conseguimos nos comunicar? Criar ambientes que possibilitem o vínculo? Criar imagens nas nossas mentes?

Hans Belting nos responde de forma breve: "hoje as imagens convidam os vivos à fuga do corpo" (Belting *apud* Baitello, 2005: 48) – podendo esta frase ser utilizada para se referir às imagens, sejam elas feitas por qual sentido for (auditivo, visual, etc) – pois, sem corpo não há como ambientes de vínculos ou imagens mentais sobreviverem.

A seguir procuramos aprofundar a questão da perda do corpo gerada por uma produção de imagens exógenas que tende a ser desenfreada.

As imagens endógenas sendo substituídas pelas imagens exógenas

No decorrer deste estudo, ainda em andamento, notamos que parece haver um excesso de imagens externas (exógenas) na sociedade atual que não permite ao ser humano estar



em contato com suas imagens internas (endógenas), impedindo-o, ou ao menos diminuindo, sua capacidade de poder criar suas próprias imagens, sejam elas endógenas ou exógenas.

Vamos explicar. Há diversas formas de criação de imagens. As imagens internas podem ser o ponto inicial para a criação de imagens externas. Portanto, eu posso, por exemplo, imaginar como é o sentimento de dor e externá-lo por meio de uma figura, de uma música ou de um quadro, por exemplo.

Oliver Sacks, neurologista que muito escreve sobre suas próprias experiências relacionadas à música, relata, um acontecimento que pode ilustrar bem o caso contrário, de quando uma imagem exógena gera uma imagem endógena.

Estou escrevendo agora em Nova York, em meados de dezembro, e a cidade está povoada de árvores de Natal e menorás. Velho judeu e ateu que sou, me sentiria inclinado a dizer que essas coisas nada significam para mim. Mas músicas do Hanuca são evocadas em minha mente toda vez que uma imagem de menorá invade minha retina, mesmo quando não percebo conscientemente. (Sacks, 2007: 46)

Neste exemplo, uma imagem externa incitou as imagens internas de forma saudável. E é desta forma que são produzidos projetos, planos e inclusive a cultura do ser humano, dentre muitas outras atividades de relevância à vida humana.

Como Norval Baitello Júnior explica com relação às imagens exógenas:

deveríamos produzir imagens a partir dessas imagens, deveríamos desenvolver sequências e diálogos imagéticos com elas, desdobrando-as, desenrolando e desenvolvendo-as como se cada uma fosse apenas um embrião, uma semente, o começo de uma estrada. Deveríamos enriquecer e ativar nossa imaginação (Baitello, 2003: 89)

Deveríamos, mas nem sempre acontece. “O século XX deu um forte impulso na produção exacerbada de imagens exógenas e externas”, explica Baitello (2012: 95). Quando há um excesso de imagens exógenas, elas tendem a sufocar a nossa imaginação, não nos deixando produzir nada com base nelas. Parece que passamos por elas sem conseguir sequer absorvê-las. “Elas nos coíbem a vida interior, impõem-nos padrões, medidas, atitudes, induzem-nos a ser e a fazer coisas sem termos tempo de tomar decisões.” (Baitello, 2012: 95)



O escritor e crítico de jazz Joachim-Ernst Berendt é da mesma opinião, ressaltando que “a imagem ‘externa’ é mais colorida, tem mais ação, fascina mais e é mais eloquente. Mas, é bem por isso que ela reprime e sufoca a imagem interna.” (Berendt, 1997: 175)

Ou seja, o excesso de imagens externas pode coibir a capacidade de criatividade, que é uma das bases para o nascimento de uma comunicação vinculadora, para a criação de ambientes que proporcionam vínculos.

E o resultado disso parece ser um tanto quanto preocupante. Na opinião de Baitello,

A compulsão para a reproduzibilidade conduz a uma inflação de superfícies e a uma crescente perda das profundidades e profundezas, marcas inconfundíveis e indelévels do corpo. Assim sucumbem os corpos, na perda da dimensão de profundidade. [...] A nova sociedade não mais vive de pessoas, feitas de corpos e vínculos, ela se sustenta sobre os pilares de uma infinita ‘serial imagery’, uma sequência infindável de imagens, sempre idênticas. O admirável e desejável já não é mais a diferença, mas a absoluta semelhança. Não mais a capacidade criativa e adaptativa é o que se sobressai, mas sim a necessidade de pertencimento. (Baitello, 2005: 51)

Exemplificando com as imagens auditivas, seria como no caso de você sacar o seu celular, *iPod*, *tablet*, etc, e, devido à quantidade de músicas disponíveis, você não conseguir mais ouvi-las de verdade. Um excesso que causa anestesia. O indivíduo ouve metade da faixa e não tem mais paciência, quase não consegue criar ambientes de vínculos e também talvez não consiga criar imagens mentais, apenas passa pelas músicas intocado. Quando o provavelmente mais saudável, com relação à audição musical é quando “a percepção das formas sonoras musicais produz uma multiplicidade de sensações e contribui para a criação de imagens auditivas”. (Balsebre, 2005: 332)

A perda dos ambientes – nulodimensional

Cabe aqui explicarmos o seguinte trecho mencionado logo acima: “uma inflação de superfícies e a uma crescente perda das profundidades e profundezas, marcas inconfundíveis e indelévels do corpo”.

Falamos aqui da escalada da abstração, de Vilém Flusser. O autor explica que somos seres tridimensionais, com corpos sempre propensos à comunicação e interação. Quando passamos a reproduzir imagens sobre superfícies (desde pintar nas paredes das cavernas até os quadros), passamos a ter também nossa presença na bidimensionalidade. Quando o homem passa a escrever, torna-se ser unidimensional. E finalmente, quando desenvolvemos os aparelhos como o computador, nos tornamos



nulodimensionais, ou seja, sem as profundidades que um ser humano precisa ter para estabelecer vínculos e para poder criar suas próprias imagens.

Victor Echeto desenvolve o tema: “O espaço na era da imagem técnica, se transforma em nulodimensional, há um grau zero do espaço. São não-lugares, já não como utopias – como as estabelecia Flusser – sim como heterotopias ou espaços-outros”.⁵ (Echeto, 2012: 48)

Agora existem os não-espacos, e neles parece haver uma escassez de ambientes de vínculos, já que os corpos nem sempre são valorizados e inseridos na comunicação de mídia terciária ou eletrônica.

As imagens, neste cenário, passam a cumprir uma “função substitutiva de todas as múltiplas dimensões perdidas” (Baitello, 2005: 52). O que causa, naturalmente, uma reprodução desenfreada de imagens, um número inimaginável, que ocupa todos os momentos do cotidiano do ser humano, nas ruas, nas casas, no trabalho, só há imagens ao redor do indivíduo. E estas imagens nem sempre incluem o que é necessário ao ser humano, o tridimensional, ou seja, o corpo.

E como consequência, cria-se a figura do *voyeur*, que, diferentemente do *flanêur*, que andava pelos espaços, apreciando-os e podendo assim criar suas próprias imagens endógenas, o *vouyer* pelo contrário, passa pelas imagens sem conseguir absorvê-las, assimilá-las, realmente vê-las e, portanto, não cria imagens endógenas com base nessa torrente de imagens exógenas de todos os tipos.

O eco e o resgate da Ecologia

Victor Echeto resume bem o problema: “Na atualidade, a imagem-técnica tenta sedar a estes olhos e corpos cansados, e, porque não, sumidos na imensidão midiática”.⁶ (Echeto, 2012: 49)

⁵ Tradução nossa. Versão consultada: “El espacio en la era de la imagen técnica, se transforma en nulo-dimensional, hay un grado cero del espacio. Son no lugares, ya no como utopias – como las planteaba Flusser – sino como heterotopías o espacios-otros”

⁶ Tradução nossa. Texto consultado: ““En la actualidad, la imagen-técnica intenta sedar a esos ojos y cuerpos cansados, y, por qué no, desaparecidos en la inmensidad mediática””



Entretanto, parece que cabe aos seres humanos tentar tomar providências com relação a esse quadro, para que assim deixemos de viver numa sociedade do Eco.

Eco, em uma das versões da mitologia grega – e conforme Baitello Jr. explica em *A Era da Iconofagia* –, foi uma ninfa que se apaixonou por Narciso. A ninfa foi desprezada pelo efebo, se isolou e definhou até se tornar uma rocha. A partir de então, ela era apenas capaz de repetir os últimos sons do que era dito por outrem.

Uma possível alternativa que apontamos é evitar emitir apenas ecos e trabalhar uma ecologia das mídias, tornando-as mais palatáveis, menos incessantes. Algumas das soluções propostas, ainda de forma provisória nesta pesquisa são: tentar, quando possível, desligar os celulares, ouvir música realmente ouvindo-as e não trocando a cada minuto de faixa no *iPod*, e mesmo talvez frequentar mais shows e concertos, para resgatar o contato humano. Balsebre diz no início de seu texto *A linguagem radiofônica* que o rádio “é um veículo que foi capaz de criar uma nova poesia: a poesia do espaço” (Balsebre, 2005: 327), aproveitemos então este e outros meios de comunicação para criar espaços de vinculação, para que nos tragam benefícios.

Tentar utilizar o rádio, a TV, o cinema, o computador, de forma saudável, ou seja, de maneira a inserir o corpo nesse processo, criando um ambiente de vínculos, criando comunicação é outra alternativa. Entendendo que, por exemplo, ao ouvir uma música, eu crio imagens endógenas por meio dela, gerando assim um novo ambiente de vínculos, que pode ser passado adiante para outros seres humanos na grande cadeia de comunicação, seja por meio de aprender a tocar um instrumento e repetir a música aos amigos, seja através de um link numa rede social.

Vemos aqui, portanto, a importância da existência de um espaço para as imagens endógenas existirem, para que o mundo não seja transformado apenas em um excesso de imagens exógenas. Permitir a possibilidade de criação de ambientes de vínculos por meio da música, parece ser outra forma de manter um equilíbrio comunicacional. Pois, ao ouvir uma música o indivíduo parece criar um terceiro ambiente, em que está inserido o seu primeiro ambiente, anterior à música, e o segundo ambiente, proporcionado pela música escutada. Necessitamos, portanto, do “resgate dos ambientes comunicacionais que o próprio corpo gera e nos quais pode existir plenamente, pode deixar desdobrar-se suas múltiplas potencialidades” (Baitello, 2008: 110).



O universo é música

Como Vicente Romano nos diz em *A Ecologia da Comunicação*,

O escutar ativo ou a arte de escutar estimula o sentido descuidado para a atividade da própria existência, incluso em estado de repouso que normalmente é a única condição consciente do escutar. Mas escutar é sempre mais que um simples aceitar. É a recepção do mundo, e como tal o reconhecimento que outorgamos aos outros os escutando.⁷ (Romano, 2004: 239)

Ou seja, escutar é escutar também o mundo, não apenas através da mídia terciária, mas considerar também o micro e o macrocosmo.

Joachim-Ernst Berendt explica em seu livro *Nada Brahma* que o universo é inteiro música, seja o nosso organismo, com seus ritmos, não só o batimento cardíaco, mas os pequenos sons, como os das ondas cerebrais, que até pouco mal sabíamos produzir sons; como também o universo como um todo,

o cosmos está repleto de sons e ritmos – dos pulsares e quasares, das supernovas (estrelas explosivas!) e dos assim chamados “gigantes vermelhos” e “anões brancos”, e ainda de sistemas estelares que fogem e colidem, além dos produzidos pelo nosso Sol. (Berendt, 1997: 77)

Os exemplos de Berendt são muitos. Para ele até o crescer das plantas produz um som, inaudível na frequência humana. O autor leva em conta em seu estudo nomes como Kepler, Bohr e até Pitágoras, e deixa assim claro que há muitos séculos sabemos que o mundo, de alguma forma, é música.

E este mundo que é música precisa ser ouvido com cuidado e com atenção, para que não percamos nossos laços com os outros seres humanos e com o mundo que habitamos, para que não sejamos vítimas de um mundo superpovoado apenas por imagens exógenas.

⁷ Tradução nossa. Texto consultado: El escuchar activo o el arte de escuchar, estimula el sentido descuidado para la actividad de la propia existencia, incluso em estado de repouso que normalmente es la única condición consciente del escuchar. Pero escuchar es siempre más que um simple aceptar. Es la recepción del mundo, y como tal el reconocimiento que otorgamos a los otros escuchándolos.



Referências

ALBANO, Júlia Lúcia. “A peça radiofônica e a contribuição de Werner Klippert”. In: **Teorias do Rádio – textos e contextos**. 1 ed. v.1. Florianópolis: Insular, 2005. p. 191-207.

ARNHEIM, Rudolf. **Radio: an art of sound** – Estética Radiofônica. Londres: Faber & Faber, 1936.

BAITELLO Jr., Norval. “As capilaridades da comunicação”. In: BAITELLO Jr., Norval. **A serpente, a maçã e o holograma. Esboços para uma teoria da mídia**. São Paulo: Paulus, 2010. p. 103 – 113.

_____. “A cultura do eco”. In: BAITELLO Jr., Norval. **A Era da Iconofagia** – Ensaios de Comunicação e Cultura. São Paulo: Hacker Editores, 2005. p. 45 – 57

_____. “Corpo e imagem: comunicação, ambientes, vínculos”. In: RODRIGUES, David (Org.) **Os valores e as atividades corporais**. São Paulo: Summus, 2008. p. 95 – 112.

_____. **A sociedade das Imagens em Série e a Cultura do Eco**. 2005. Disponível em: <web.upla.cl/revistafaro/n2/02_baitello.htm>. Acesso em: jan. 2013.

_____. **O pensamento sentado** – Sobre glúteos, cadeiras e imagens. São Leopoldo: Unisinos, 2012, 149 p. (Coleção Aldus, 35)

_____. “Publicidade e Imagem”. In: CONTRERA, Malena.; HATTORI, Osvaldo Takaoki.(Orgs.). **Publicidade e Cia**. São Paulo: Thompson Learning. 2003 p. 77-82.

BALSEBRE, Armand. “A Linguagem Radiofônica”. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do Rádio – textos e contextos**. 1 ed. v.1. Florianópolis: Insular, 2005. p. 327-336.

BERENDT, Joachim-Ernst. **Nada Brahma** – A música e o universo da consciência. São Paulo: Editora Cultrix, 1997, 282 p.

ECHETO, Victor Silva. **En torno a la teoría de la imagen visual y de los imaginarios: las cajas negras de la comunicación y la post-vida de las imágenes**. Líbero: Revista do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, v.15, n.30, p. 47-52, dez. 2012. Disponível em: < http://www.casperlibero.edu.br/rep_arquivos/2012/12/13/1355426139.pdf >. Acesso: jan. 2013.

KLIPPERT, Werner. “Elementos da peça radiofônica”. In: SPERBER, George Bernard. **Introdução à peça radiofônica**. São Paulo: EPU, 1980. p. 11 – 110.



ROMANO, Vicente. **Ecología de la comunicación**. Hondarribia: Editorial Hiru, 2004. 283 p.

SACKS, Oliver. **Alucinações musicais** – Relatos sobre a música e o cérebro. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, 349 p.