

# A imagem entre vinculações e interpretações: consumo, mídia e estetização pelas lentes da comunicação e da iconologia

Daniel B. Portugal

## RESUMO

Portugal, Daniel B. **A imagem entre vinculações e interpretações: consumo, mídia e estetização pelas lentes da comunicação e da iconologia.** São Paulo, 2010. 124p. dissertação de mestrado – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo.

Esta pesquisa aborda a imagem a partir da interface entre Comunicação e Iconologia. Nesse terreno fronteiriço, destaca-se não a imagem como objeto independente, não o entendimento da imagem visto exclusivamente do ponto de vista do homem, mas sim os relacionamentos que se estabelecem entre homens e imagens. Para dar conta dessas relações, propõe uma divisão analítica entre uma dimensão de vinculação, calcada na ligação sensível e afetiva, e uma dimensão de interpretação, calcada num aspecto mais propriamente perceptivo, ligado à modelagem visual das formas. O foco principal da pesquisa são as dinâmicas de consumo de imagens na cena contemporânea, marcadas, conforme argumentaremos, pela imbricação de três “lógicas”: midiática, de consumo e de estetização. Consideramos essencial para o entendimento dessas dinâmicas o aporte de uma abordagem histórica que se debruçasse sobre eventos, temporalmente próximos ou distantes, em que a imagem assume papel central na canalização de tensões sociais.

**Palavras-chave:** imagem; consumo; mídia; estetização

## ABSTRACT

*This work approaches the image from the interface between Communication (Media studies) and Iconology. At this border, stands out not the image as an independent object, not the understanding of the image exclusively from men's perspective, but the relationships between men and images. To study those relationships, it proposes an analytic division between a bonding dimension, based on sensible and affective forms of connection, and an interpretation dimension, more related to forms of constructing perceptual images and to the visual interpretation of them. The main focus of the research is the contemporary dynamics of image consumption, marked, as we argue, by the imbrications of three logics: “mediatic”, “of consumption” and “of aesthetization”. We consider especially relevant to the understanding of those dynamics the incorporation of a historical approach able to scrutiny a myriad of events, temporally close or distant, in which the image played a central role canalizing social tensions.*

**Keywords:** image; consumption; media; aesthetization