

CAPITOLUL 1

PROLIFERAREA IMAGINII

Condiția noastră actuală a fost descrisă drept un „extaz al comunicării”¹. Trăim într-o eră a comunicării de tip mass-media extrem de diversificată, în care, datorită progreselor tehnologice în telecomunicații și în metodele de reproducere vizuală, suntem în permanență luați cu asalt de imagini. Televizoarele, faxurile, fotocopiatoarele și computerele au devenit ferestre virtuale ale erei informației de vârf, suporturile transportoare de impulsuri digitale ce pun individul în legătură cu o rețea globală de comunicații. Căminele și birourile moderne sunt inundate de reproduceri de imagini și informație: știri la ora exactă din oră în oră; filme în avanpremieră, în premieră, care rulează pe piață, clonate pe benzi video și distribuite prin televiziunea prin cablu. Avem de-a face cu o cultură a copiei, cu o societate a saturației, cu al doilea potop. Lumea a fost „xeroxată” într-o infinitate de copii.²

S-a considerat axiomatic că această abundență de imagini conduce la o „societate a informației” care promovează un nivel înalt al comunicării. Totuși, potrivit anumitor comentatori, acest „extaz al comunicării” are tocmai efectul opus: Jean Baudrillard, un cunoscut teoretician francez al culturii, a emis următorul postulat: „Trăim într-o lume în care există din ce în ce mai multă informație și din ce în ce mai puțin înțeles.”³ Semnul însuși a devenit invizibil tocmai datorită acestei clonări infinite a imaginii, acestei proliferați nesfârșite a semnelor. Semnul nu mai are nici un înțeles. Ceea ce îl face pe autor să se întrebe

care este suportul acestei situații. Este posibil ca informația să genereze înțeles, dar ca acest proces să aibă „fisuri”, astfel încât sistemul să se scufunde asemeni unei epave? Potrivit acestei teze, „în ciuda eforturilor de a reinjecta înțeles și conținut, sensul este pierdut și devorat mai rapid decât poate fi resuscitat.”⁴ Sau, se întâmplă ca informația să nu aibă nimic de-a face cu semnificația, datorită faptului că ea este un mediu pur tehnic căruia i se anexează ulterior înțelesul? Sau, în sfârșit, după cum sugerează Baudrillard, este posibil ca între cele două să existe o legătură extrem de necesară și ca informația fie să distrugă, fie să neutralizeze înțelesul? În acest caz, pierderea sensului este direct legată de acțiunea dizolvantă, de distragere a informației presei scrise și audio-vizuale.⁵

Baudrillard adoptă tocmai acest din urmă model, cel care face concurență ideii general acceptate că informația generează înțelesuri:

„Pretutindeni se crede că informația produce circulația accelerată a înțelesului, o valoare adăugată omoloagă celei din economie, care rezultă din mișcarea accelerată a capitalului. Se crede că există, totuși, consens asupra ideii că, per total, există un exces de înțeles ...”

Deci Baudrillard consideră că, deși gândim că informația este generatoare de înțelesuri, în realitate se produce opusul. Tocmai excesul de informație este acela care neagă informația: „Informația își devorează propriul conținut. Ea macină comunicarea și socialul.” Baudrillard pune această situație aparent paradoxală pe seama a doi factori. În primul rând, în procesul comunicării, în loc să o creeze pe aceasta, informația „se autoepuizează”. Astfel, înțelesul însuși este irosit în pregătirea sensului. În al doilea rând, potrivit lui Baudrillard, presiunea informației „urmează o destructurare irezistibilă a socialului”. „Astfel, informația dizolvă sensul și socialul, aducându-le într-o stare de nebuloasă dedicată nu surplusului inovației, ci, dimpotrivă, entropiei totale.”⁶ Exemplul pe care îl dă Baudrillard pentru o astfel de stare este raportul în douăsprezece volume al corporației Exxon, raport

atât de vast încât nimănui nu-i este cu putință să-i absoarbă informația:

„Exxon: Guvernul american cere un raport complet asupra activităților multinaționale din întreaga lume. Rezultatul apare în forma a douăsprezece volume totalizând o mie de pagini, a căror citire, fără a mai menționa analiza, ar depăși câțiva ani buni de muncă. Unde este informația?⁷”

Această situație este exacerbată de situația noastră culturală, dominată – ca să folosim termenii lui Baudrillard – de simulare și hiper-realitate. Imaginea însăși a devenit noua realitate – sau hiper-realitate –, o lume virtuală plutind deasupra lumii reale în propriul înveliș ermetic închis. Este o lume care a pierdut contactul cu lumea reală la care se raportează și în care, în mod paradoxal, termenul „real” a fost siluit de conglomerate multinaționale și transformat într-o lozincă promoțională care-i preamărește autenticitatea, deși aceasta este, în mod vădit, absentă. În acest fel, „autenticitatea” devine o monedă suspectă, falsificată pe hiper-piața hiper-realității. Este acel „lucru real”, o lume Coca-Cola a ingredientelor „naturale” produse industrial, o lume de vis a mărfurilor apărute nu se știe de unde și plătite cu sistem de credit computerizat, invizibil? Într-o lume în care imaginarul devine „realitate”, nu mai există loc pentru real. În secolul XX a avut loc „furtul perfect”: a fost furată realitatea însăși.⁸

Nicăieri nu a existat o stratagemă de mascare mai evidentă decât în cazul Disneyland-ului, centrul de vis arhetipal al acestei culturi de consum. Căci, după cum observă Baudrillard, Disneyland se prezintă ca o lume imaginară, o împărăție pretins imaginară ce se opune lumii reale exterioare și a cărei mare realizare este aceea că ne face să credem că întruchipează imaginarul. Prin aceasta, Disneyland dă autoritate lumii exterioare. Este lume imaginară care devine suport pentru lumea reală, o împărăție ireală care ne face să credem că lumea de afară este reală. Dar tocmai în aceasta constă amăgirea. Pentru că, după cum observă Baudrillard, Disneyland face parte tocmai din lumea exterioară. Nu este decât o replică a valorilor

americane. Dar dacă lumea se lasă de bună voie atrasă de mitul imaginarului, aceasta nu înseamnă decât că lumea dorește să se amăgească cu bună știință. Disney-ificarea a devenit noua religie a secolului XX, în care visul și realitatea se împletesc într-o lume a lui „a fost odată ca niciodată” oferită publicului de către Disney Products Plc, furnizorii de vise ai lumii.

Estetizarea lumii

Pe panta alunecoasă a unei culturi a simulării, rolul imaginii de a reflecta realitatea degenează în mascarea și pervertirea respectivei realități. Apoi, odată ce realitatea însăși a fost îndepărtată, nu ne mai rămâne decât o lume a imaginilor, o hiper-realitate, un simplu simulacru. Desprinderea acestor imagini de originea lor culturală complexă le decontextualizează. Ele sunt fetișizate și judecate după aparențe, în detrimentul citirii lor profunde. Această cultură a materializării care îmbracă în formă întregul act al vizionării și conduce la reducerea oricărei aprecieri a adâncimii, perspectivei sau reliefului, promovează, în schimb, „privitul fugar al obiectelor, care nu ne permite să vedem nimic dincolo de materialitatea lor.”⁹ Deci, în procesul de estetizare, obiectele sunt golite de o mare parte din înțelesurile lor inițiale.¹⁰

Nu există nimic dincolo de imagine. Totul este transportat într-un ținut estetic și apreciat doar în funcție de aparențe. Lumea a fost estetizată. Totul a devenit corespunzător din punct de vedere al artei. După cum comentează Baudrillard, „astăzi, arta a penetrat pe deplin realitatea ... Estetizarea lumii este completă.”¹¹ Baudrillard localizează această problemă în cadrul unei serii de simptome generale caracteristice condiției transpolitice, transsexuale și transeстетice a culturii contemporane. Această condiție este dominantă, nu mai există decât trei atribute generale: politic, sexual și estetic, și, în consecință, dispare orice urmă de specificitate din acest domeniu. Căci tocmai când conotațiile politice și sexuale devin omniprezente, politica și sexul însele devin invizibile; la fel și

în cazul esteticii: când totul devine estetic, însăși noțiunea de artă dispare. Și, ca o consecință a acestui fapt, pentru Baudrillard cuvântul „estetică” își pierde înțelesul: „Când totul devine estetic, nimic nu mai este nici frumos, nici urât, și arta însăși dispare.”¹²

Baudrillard descrie această condiție a excesului ca pe una „obscenă”, pe care o caracterizează ca pe o proliferare perpetuă, nestăvilă a socialului, politicului, informației, economicului, esteticului, ca să nu mai menționăm sexualul.¹³ Cu aceasta se asociază noțiunea de „obezitate”. Iar această includere generală în tărâmul artei, această extindere și atotcuprindere a categoriei este aceea care face ca tot ceea ce este înglobat aici să devină indescifrabil, imperceptibil, obscur.

Și tocmai într-o cultură a simulacrului și simulării, într-o cultură a hiper-realității în care imaginea a devenit o nouă realitate, domeniul care guvernează imaginea – estetica – a ajuns să domine alte domenii:

... Totul se auto-estetizează: politica se estetizează transformându-se în spectacol, sexul – în reclamă și pornografie, iar întreaga gamă de activități din ceea ce ne este cunoscut sub numele de cultură, domeniu total diferit de cel al artei, intră într-un proces de semiologizare a reclamei și mass-mediei care invadează totul.¹⁴

Aici, modelul este unul paradoxal. Eliberarea însăși a noțiunii de operă de artă a condus la abandonarea oricăror reguli fundamentale ale acesteia. Și, dacă nu există standarde după care să se măsoare o lucrare de artă, se poate, în egală măsură, să nu existe standarde după care să fie apreciată. În locul judecății estetice, găsim fascinația obscenă a excesului. Și în acest paradox există o proliferare în termenii pieței artei. Escaladarea producerii operelor de artă conduce la paralizarea principiilor care le guvernează. Hiper-accelerarea conduce la încetinire. Explozia duce la implozie. Frenezia conduce la stagnare. Și astfel, în opinia lui Baudrillard, piața artei ajunge la saturație și se deteriorează:

„Există o relație necesară între ruptura de orice logică a valorii estetice în interiorul artei și ruptura de orice logică a valorii mercantile în cadrul pieței artei. Aceeași cursă mecanică, aceeași nebunie, același exces de simulare le caracterizează pe amândouă.”¹⁵

Această „cursă”, această accelerare în virtutea inerției nu conduc decât la opusul lor, la o stare difuză a culturii, la una de suprasaturare în care chiar obiecte anti-artă sunt asimilate artei, și nici un domeniu al lumii fizice nu se poate sustrage acestui proces:

„Întreaga mașinărie industrială a lumii a fost estetizată, întreaga lipsă de semnificație a lumii a fost transfigurată de estetică ... Totul, nesemnificativul, marginalul, obscenul capătă încărcătură culturală, devin piese de muzeu, se estetizează.”¹⁶

Iar această catastrofă se răsfrânge asupra lumii artei înseși, care, după Baudrillard, este forțată să se auto-dematerializeze până la dispariție: „Deoarece întreaga lume este destinată jocurilor esteticii operaționale, arta nu mai are altă alternativă decât să dispară.”¹⁷ De aici am putea conchide că excesul de imagine – de comunicare și informație – implică opusul, o reducere a comunicării și informației. Toate acestea sunt exacerbate în cadrul stării de hiper-realitate în care conținutul este consumat și absorbit într-un proces de estetizare. De aceea, lumea amenință să fie din ce în ce mai mult percepută în termenii proliferării imaginilor estetice golite de conținut.

Politica estetizării

Întrebarea legată de modul în care procesul estetizării fură conținutul pare, la prima vedere, oarecum problematică, prin aceea că populara prezumție ce stă la baza atitudinilor artistice în secolul XX este tocmai aceea că lucrările de artă sunt pline de conținut. Se consideră, în mod axiomatic, că arta înglobează neapărat înțeles, și aceasta mai ales în cazul artei marxiste, unde, așa cum observă Walter Benjamin, artiștii năzuiesc în permanență să-și politizeze opera.¹⁸ Totuși, problema legată de

modul în care arta înglobează respectivul conținut trebuie abordată în mod adecvat. Este întrebarea atât de directă încât chiar și cei nefamiliarizați cu înțelesul voit al operei de artă să-l recunoască, chiar și atunci când este vorba de artă abstractă? Căci dacă trebuie să excludem lozincile și afișele, care depind atât de mult de cuvinte, precum și metodele mai evidente de semnificație vizuală ca mijloc de comunicare a mesajelor specifice, rolul principal al artei nu este acela de a servi drept formă propriu-zisă de comunicare.

Într-adevăr, faptul că nu poate exista o singură interpretare privilegiată a lucrării de artă rămâne de necontestat. În această accepție, înțelesul devine adeseori o problemă de înțeles simbolic. El se limitează la ceea ce poate fi transmis unui anumit individ. Iar înțelesul simbolic, după cum observă Fredric Jameson, „este la fel de volatil ca și caracterul arbitrar al semnului.”¹⁹

Aici ar putea fi util să preluăm de la Jameson noțiunea de *alegorie* în contextul conținutului politic. Pentru Jameson, conținutul politic nu rezidă în forma artistică. Acest conținut politic este doar altoiul celei din urmă, rezultat al unui proces strict alegoric. Pentru a percepe înțelesul politic, trebuie înțeles sistemul alegoric în care acesta este codificat.²⁰ Jameson scoate în evidență problema naturii alegorice a „marcării” conținutului politic pe formă, accentuând însuși caracterul efemer al acestei marcări. Orice conținut politic ce ar putea părea investit cu formă poate fi ulterior șters sau rescris.²¹

Crucial, însă, este „mediul social” al lucrării de artă. Când este scoasă din contextul său situațional, forma artistică pură este expusă drept ceea ce este. După cum observă Jameson, odată desprinsă din mișcările sociale și culturale care i-au împrumutat forța, „formeii i-ar lipsi orice eficiență politică și alegorică”. Aceasta nu înseamnă să negăm faptul că arta poate, într-adevăr, să fie eficientă politic și alegoric, ci, mai degrabă, să recunoaștem că ea nu servește decât drept suport în cadrul unui „mediu social” dat. A vedea forma artistică drept inerent politizată este, în opinia lui Jameson, un proiect greșit orientat:

Presupunerea că existau dinainte forme dotate intrinsec cu potențial politic și chiar revoluționar, în virtutea proprietăților lor intrinseci, a fost una dintre erorile evidente ale activismului artistic al anilor '60.²²

Atunci, conținutul politic este o problemă de conținut alegoric care depinde de reținerea în memorie a unei anumite explicații narative a ceea ce se „presupune” că trebuie să însemne opera de artă. Conținutul politic nu aparține formei ca atare. El nu este decât proiectat pe aceasta. Dar aceasta nu subminează faptul că arta poate avea un anumit mesaj politic. Într-un anumit loc, la un moment dat și pentru un anumit grup de oameni, o operă de artă va fi inevitabil văzută ca întruchiparea concretă a anumitor valori politice. Într-adevăr, deși pentru Jameson forma în ea însăși este „inertă”, trebuie recunoscut faptul că opera de artă nu este niciodată de-contextualizată. De aceea, arta va avea întotdeauna înțeles, dar acest înțeles nu este proprietatea formei artistice ca atare. Înțelesul este mai degrabă determinat de factori cum ar fi contextul, întrebuițarea și asocierile.²³ Firește că, în imaginația colectivă, acest proces al proiecției din partea agentului interpretant este oarecum trecut cu vederea. „Ventrilogismul” atribuirii de înțeles unei opere de artă nu este niciodată pe deplin recunoscut, astfel încât, la momentul hermeneutic, el dă impresia că înțelesul aparține lucrării înseși.

Și astfel, pentru Jameson, contextul devine un factor determinant, crucial pentru înțelesul lucrării de artă. Odată ce opera se abstractizează, rupându-se de contextul său original, de îndată ce este tratată în alt fel, ea își schimbă înțelesul. Căci a decontextualiza o operă înseamnă a o desemantiza și, prin extensie, a o recontextualiza înseamnă a o investi cu un alt înțeles. Așa cum o operă de artă își poate pierde înțelesul cu care a fost investită când este scoasă din context, tot astfel, un obiect va căpăta un alt înțeles când este tratat ca operă de artă.

Deci, estetizarea conduce la o formă de depolitizare. Aceasta nu înseamnă să negăm posibilitatea artei politizate, nici să trecem cu vederea importantul rol secundar al artei ca

mecanism al formării conștiinței. Dimpotrivă, înseamnă să recunoaștem că însuși principiul estetizării acționează ca o constrângere constantă asupra procesului de politizare. Astfel, orice încercare de politizare a artei trebuie să fie, în esență, compromisă.

Estetizarea arhitecturii

Într-un context arhitectural, tehnicile de reprezentare vizuală însele pot servi la exacerbara acestei probleme a estetizării. La rădăcina problemei se află imaginea. Privilegierea imaginii a condus la o înțelegere mai slabă a spațiului, la transformarea spațiului social într-o abstracție fetișizată. Lumea experienței trăite a fost redusă la un sistem codificat de semnificație și creșterea accentului pe percepția vizuală a fost însoțită de reducerea corespunzătoare a altor forme de percepție senzorială. „Imaginea ucide”, observă Henri Lefebvre; ea nu poate genera bogăția experienței trăite.

Această condiție este în continuare exacerbată de tehnicile și sistemele de reprezentare folosite în atelierele de arhitectură. Într-o cultură profesională de mișcări paralele, perimetre pătrate, hârtie de calc și computere, într-o cultură prinsă în capcana stricteții ideologice și a ierarhiilor capitaliste încărcate de valori, separarea dintre practicile spațiale și reprezentările spațiului a devenit totală. Procesele de reprezentare arhitecturală însele au dus la estetizarea preocupărilor sociale, după cum observă Lefebvre:

„Cât despre ochiul arhitectului, acesta nu este mai inocent decât parcela care i se repartizează pentru construcție sau decât foaia albă de hârtie pe care își face primele schițe. Spațiul său «subiectiv» este încărcat de înțelesuri prea obiective. Este un spațiu vizual, un spațiu redus la schițe, la simple imagini – la acea «lume a imaginii» care este inamicul imaginației.²⁴”

Ca o consecință a tehnicilor și practicilor de atelier, arhitecții se distanțează din ce în ce mai mult de lumea experienței trăite. Fetișizarea însăși a imaginii din cultura arhitecturală

Caprins

Proliferarea imaginii	5
Politicile estetizării	17
Drogul imaginii	29
Imaginea ca bun de larg consum.....	47
Seducția imaginii	61
Note	75