

A CIDADE E A IMAGEM

ORGANIZADORES

CARLOS COSTA

DULCILIA SCHROEDER BUTONI



**FACULDADE
CÁSPER LÍBERO**

SÃO PAULO, 2013



Este trabalho foi licenciado com uma Licença Creative Commons 3.0 Brasil. Você pode copiar, distribuir, transmitir ou remixar este livro, ou parte dele, desde que cite a fonte e distribua seu remix sob esta mesma licença.

O texto aqui reproduzido é uma obra de autoria e responsabilidade de seus autores e não representa, necessariamente, a opinião da Editora.

Jundiaí, SP, novembro de 2013.

Editor responsável: **Márcio Martelli**

Projeto Gráfico: **Márcio Martelli e Lucas Pezzato**

Projeto de Capa: **Rafael Costa**

Organizador da Coleção: **Carlos Costa e Dulcilia Schroeder Buitoni**

Revisão gramatical: **Camilla do Vale, Carlos Roberto da Costa e Karolina Bergamo**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C568 A cidade e a imagem / Organizado por Carlos Costa e Dulcilia Schroeder Buitoni - Jundiaí, SP: Editora In House, 2013. 364p.

ISBN 978-85-7899-276-7

1. Comunicação Visual - Aspectos sociais
2. Cultura Visual 3. Imagens midiáticas - Estudo
4. Cultura e Sociedade 5. Comunicação e cultura
- I. Costa, Carlos II. Buitoni, Dulcilia Schroeder III. Título

CDD 20.ed.-302.2

Michele Bueno CRB-8/8355

Índices para catálogo sistemático:

1. Comunicação 302.2



Editora In House

www.editorainhouse.com.br | inhouse@terra.com.br

Curta nossa página no Facebook: Editora In House

Fones: (11) 4607-8747 / 99903-7599

Visite nossa loja virtual: inhoustore.com.br

SUMÁRIO

Prefácio

Orvalho leve na noite negra: São Paulo, imagens líricas de luto e luta

Nicolau Sevcenko 7

Apresentação

Dulcilia Schroeder Buitoni 25

Uma coleção de preciosidades

Carlos Costa 29

O espaço público como meio comunicativo

Lucrécia D'Alessio Ferrara 35

Enquanto a cidade dorme

Josep M. Català 51

Cidade, paisagem, fotografia, emblemas

Dulcilia S. Buitoni 111

As cidades reais como cenário para a produção da fantasia nos mangás e animês: glocalização e a Paris de nossos sonhos

Sonia M. Bibe Luyten 131

Passeio pelas mensagens da cidade: convívio de mídias

Carlos Costa 153

Fotografia, mediação e espaço urbano em Belém do Pará: imagens evenemenciais como reconfiguração da experiência

José Augusto Mendes Lobato 181

**Uma praça e “seus girassóis”: as narrativas
imagéticas da história de Palmas**

Edna de Mello Silva, Liana Vidigal Rocha
e Sérgio Ricardo Soares 207

Grafiticidade e visão viajar

José Geraldo de Oliveira 227

São Paulo: luz sobre a nova Luz

Eric de Carvalho 241

Imagens em revista no tempo: Rio de Janeiro e São Paulo

Dulcília S. Buitoni 255

Nuremberg, a cidade palco do poder nazista

Silvio Henrique V. Barbosa 273

O olhar cosmopolita de Woody Allen

Fabíola Tarapanoff 291

As cidades do *Big Picture*

Anna Letícia Pereira de Carvalho 309

#InstamYourCity paisagens digitais

Janaína Dantas da Silva França 335

Biografias dos autores 355



ORVALHO LEVE
NA NOITE NEGRA:
SÃO PAULO,
IMAGENS LÍRICAS
DE LUTO E LUTA

Nicolau Sevcenko

*How do I know what Order brings
Me into being?
I only know, if you do certain things,
I must become your Hearing and your Seeing;
Also your Strength, to make great wheels go round,
And save your sons from toil, while I am bound!*

7

*What do I care how you dispose
The Powers that move me?
I only know that I am one with those
True Powers which rend the firmament above me,
And, harrying earth, would save me at the last—
But that your coward foresight holds me fast!*

Como saber a Ordem que me faz vir a ser?
Apenas sei que, em certos atos vossos,
hei de ser o vosso Ouvido e vossa Vista;
e a Força vossa, a mover grandes rodas,
poupando vossos filhos da exaustão,
enquanto eu me mantenho em submissão!
A mim, que importa o uso que
ireis fazer das energias minhas?

A CIDADE E A IMAGEM

Apenas sei que sou Um com as Forças
tremendas que sustentam bem no alto o Firmamento
e, varejando a Terra, só em último lugar me salvarão –
mas, covardes, de mim não abris mão!

**(Rudyard Kipling, *Song of the Dynamo*, escrito em 1927
à vista da Usina Hidrelétrica de Cubatão,
construída para fornecer energia à cidade de São Paulo)**

8

Na madrugada paulista de 26 de julho de 1968, um grupo terrorista de extrema-direita perpetrou um atentado horrendo contra o poeta Federico García Lorca. Não contra a sua pessoa, pela segunda vez, mas contra o monumento concebido em sua homenagem pelo arquiteto e artista plástico Flávio de Carvalho. Protegida pelo escuro da noite, uma horda armada arremeteu contra o memorial e, com a ajuda de marretas de ferro e serras elétricas, atacou ferozmente a obra de arte, até vê-la reduzida a uma massa sucutada disforme e pedaços de metal retorcido, espalhados pelo jardim e saudados ao fim pelos agressores com saraivadas de disparos de pistolas e rajadas de metralhadoras. O monumento havia sido instalado na Praça das Guianas, em meio a uma pacífica área residencial, próximo a uma escola de crianças e uma igreja, numa área bem central de São Paulo, onde se cruzam os eixos diametrais representados pelas avenidas Nove de Julho e Brasil, na direção do popular Parque Ibirapuera. Esse trágico episódio, ocorrido em pleno coração da cidade, é significativo em vários sentidos e revela como poucos o campo de tensões em que São Paulo se transformou ao longo do século XX.

O monumento em si mesmo era extremamente sugestivo. Ele se compunha de uma base de concreto, a partir da qual vicejavam, como numa eflorescência, um intrincado conjunto de tubos retilíneos em desconcertantes angulações geométricas, parcialmente envoltos por chapas de ferro moldadas em curvas sinuosas, destacando três apliques amebóides em metal pintado de vermelho vivo, dois nas extremidades superiores e outro maior suspenso ao meio da composição. Sobre a superfície exterior dessa peça maior, Flávio de Carvalho pintou, em letras negras, versos em espanhol tira-

PREFÁCIO

dos do belíssimo poema “Los álamos de plata”, do *Libro de poemas*, de 1921, de García Lorca:

*¡ Hay que abrirse del todo
frente a la noche negra,
para que nos llenemos del rocío inmortal!*

Em sua estrutura básica, o monumento evocava fortemente o memorial que Pablo Picasso havia criado para homenagear seu amigo poeta Gillaume Apollinaire, morto em 1918 (o poema citado de Lorca é de 1919), em consequência de grave ferimento recebido no *front* de combate da Primeira Guerra Mundial. Picasso havia desejado que o memorial fosse colocado sobre o túmulo do amigo artista, porém as autoridades o proibiram de colocá-lo não só no cemitério de Père Lachaise, mas em qualquer outra parte de Paris. Os destaques em ferro vermelho, por sua vez, sugerem as amorfossidades amebóides desenvolvidas pelas imagens em cores puras e espaços etéreos de Miró. O equilíbrio instável em que se mantinham suspensas essas peças, sua virtual flutuação, apontavam para as experiências de Calder, com seus móveis e estábiles em estruturas metálicas pintadas.

O conjunto do monumento de Flávio de Carvalho constituía portanto não apenas uma homenagem a García Lorca, mas uma espécie de manifesto artístico de louvor ao projeto modernista e de solidariedade com a corrente cosmopolita de artistas e intelectuais envolvidos no processo de transformação cultural e social do mundo forjado pela Primeira Guerra. A iniciativa da construção do memorial artístico, ligando Lorca à cidade de São Paulo, partira do Centro Democrático Espanhol, com o apoio de um grupo de notáveis artistas e intelectuais paulistas. Eles receberam o entusiasmo internacional fraterno de colegas célebres como Picasso, Buñuel e Arrabal, dentre outros. A inauguração do memorial foi encabeçada pelo poeta chileno Pablo Neruda e contou com a presença do irmão de Lorca, Paco García. No primeiro esboço que fez para a obra, Flávio de Carvalho registrou a seguinte justificativa para o projeto:

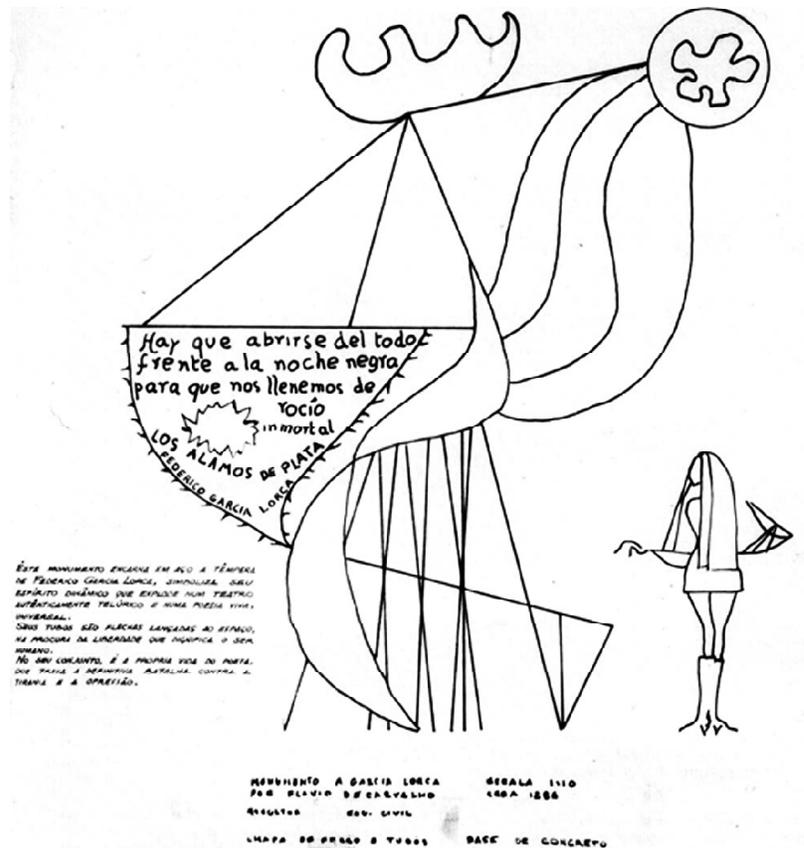
A CIDADE E A IMAGEM

Este monumento encarna em aço a têmpera de Federico García Lorca, simboliza seu espírito dinâmico que explode num teatro autenticamente telúrico e numa poesia viva, universal.

Seus tubos são flechas lançadas ao espaço, na procura da liberdade que dignifica o ser humano.

No seu conjunto, é a própria vida do poeta, que trava a definitiva batalha contra a tirania e a opressão.

10



PREFÁCIO

Curiosamente, todo o grupo dos artistas em cujo trabalho Flávio de Carvalho parecia se inspirar na sua execução do memorial, Picasso, Apollinaire, Miró, Calder, eram muito amigos entre si e amigos todos também do poeta franco-suíço Blaise Cendrars, que junto com Apollinaire foi um dos inventores da chamada poesia cubista, em 1913. Com a morte de Apollinaire, Cendrars acabou se tornando uma espécie de vértice da cena artística do pós-guerra em Paris, incentivando tanto o neo-plasticismo de Le Corbusier e Léger, quanto o surrealismo de Picabia, Cocteau e Masson. Foi nessa condição, de articulador das iniciativas radicais de renovação estética, que Cendrars foi abordado por Paulo Prado em Paris e trazido para São Paulo em 1923, para uma longa permanência e vários retornos durante o restante da década de 20. Nesse mesmo ano de 1923, Flávio de Carvalho, voltando de um período de onze anos de permanência na França e Inglaterra, onde se formara na Universidade de Durham em engenharia e arquitetura, convertendo-se num arauto da arte moderna, encontra-se em São Paulo com ele, Cendrars, então o mais celebrado interlocutor do movimento.

11

Quanto à cidade propriamente, na senda da industrialização, não só manteve quanto intensificou enormemente seu acelerado processo de crescimento. Desde o início dos anos 20, porém, quando Washington Luís assumiu a Prefeitura da cidade, a ênfase administrativa se deslocou do projeto urbanizador inspirado no II Império francês, seguindo uma ênfase tecnicista voltada para a prioridade ao automóvel em prejuízo dos pedestres. O ponto de inflexão nessa tendência naturalmente coincidiu com o golpe de 1930 e a adoção do primeiro projeto técnico integrado para a cidade, o chamado Plano Avenidas, baseado na idéia de amplos corredores de circulação rápida, as vias expressas, ao longo das margens dos rios. Jardins e espaços públicos seriam, desde então, sistematicamente sacrificados para a circulação e o estacionamento de veículos.

Do ponto de vista arquitetônico, segundo a lógica especulativa predominante no mercado imobiliário, prevaleceriam as construções verticais elevadas em detrimento da ocupação horizontal e da escala humana. É essa cidade árida, rude, esmagadora, em que palpitam as milhões de esperanças solitárias, construída num curto espaço de tempo, onde latejam múltiplas expressões de uma sensi-



12

Detalhe de propaganda do automóvel Hudson, 1941
(100 Anos de Propaganda. Abril Cultural, SP, 1980).

bilidade tolhida e tão evidente nas festas animadas dos bairros populares e do futebol das várzeas periféricas, que Mário de Andrade canta no seu “Meditação sobre o Tietê”, de 1945. Incorporando a imagem sinuosa do rio, que serpenteia silencioso pelos bairros pobres, à luz distante dos edifícios e do plano retilíneo das vias expressas, ele chora o destino frustrado de um sonho de emancipação que não se cumpriu:

*[...] Por que os homens não me escutam!
Por que os governadores
Não me escutam? Por que não me escutam
Os plutocratas e todos os que são chefes e são fezes?
Todos os donos da vida?
Eu lhes daria o impossível e lhes daria o segredo,
Eu lhes dava tudo aquilo que fica pra cá do grito
Metálico dos números, e tudo*

PREFÁCIO

*O que está além da insinuação cruenta da posse. [...]
Por que os donos da vida não me escutam?
Eu só sei que eu não sei por mim! sabem por mim as fontes
Da água, e eu bailo de ignorâncias inventivas.
Meu baile é solto como a dor que range, meu
Baile é tão vário que possui mil sambas insonhados!
Eu converteria o humano crime num baile mais denso
Que estas ondas negras de água pesada e oliosa,
Porque os meus gestos e os meus ritmos nascem
Do incêndio puro do amor... [...]
Eu me acho tão cansado em meu furor:
As águas apenas murmuram hostis,
 água vil mas turrona paulista
Que sobe e se espraia, levando as auroras represadas
Para o peito dos sofrimentos dos homens.
... e tudo é noite. Sob o arco admirável
Da Ponte das Bandeiras, morta, dissoluta, fraca,
Uma lágrima apenas, uma lágrima,
Eu sigo alga escusa nas águas do meu Tietê.*

13

O clima do imediato pós-guerra, hostil aos regimes fascistas derrotados, possibilitou às forças de oposição no Brasil unir suas energias para derrubar o regime de Vargas, em 1945. Esse período pós-ditatorial seria chamado de “redemocratização” e seria marcado pelo tema político da arrancada para o desenvolvimento auto-sustentado, cujo símbolo por excelência seria a construção da cidade modernista de Brasília, em 1960, projetada para ser a alavanca propulsora da redenção econômica nacional. Mas se Brasília seria o símbolo, a realidade era São Paulo. A cidade que contava com cerca de 239.820 habitantes em 1900, saltou meio século depois para 2.662.786, tornando-se na maior metrópole brasileira e ao mesmo tempo no maior centro industrial latino-americano, gerando sozinha mais de 50% de toda a produção industrial do país. Substituindo-se à cafeicultura, a industrialização constituiria agora o fundamento da prosperidade paulista, com a sua sede na capital, já em adiantado processo de conurbação com os municípios limítrofes, num complexo processo expansivo multidirecional que

originou a chamada “grande São Paulo”. Em paralelo, uma nova camada social emergente viria a compor a elite local, basicamente formada por empresários industriais ligados a famílias de imigração mais ou menos recente.

Desse novo contexto emergiria a figura que se tornou o mecenas do que pode ser chamado o “ressurgimento” paulista nesse período. Tratava-se de Francisco Matarazzo Sobrinho, mais conhecido pelo apelido familiar de “Ciccillo”. Ele pertencia a uma família que controlava um dos maiores patrimônios industriais em São Paulo, construído a partir do seu patrono, o empresário Francesco Matarazzo, nascido em Castellabate, Província de Salerno, e chegado ao Brasil em 1882. Ciccillo recebeu seus estudos elementares em São Paulo, os secundários na Itália e os superiores na Bélgica, formando-se em engenharia na Universidade de Liège. Retornando ao Brasil, assumiu a direção de um dos negócios mais prósperos da família, a Metalúrgica Matarazzo. À parte ser empresário bem-sucedido, ele se tornou desde então o vértice da vida cultural paulista, interagindo de forma significativa ou decisiva em praticamente todas as iniciativas que viriam restaurar a energia criativa sufocada pela ditadura.

14

Articulado com intelectuais egressos das agitações modernistas dos anos 1920, ele assume o empenho da criação de um museu de arte moderna. Busca orientação para isso com o museólogo Nierendorf, então diretor do Museu Guggenheim de Nova York, inaugurando o Museu de Arte Moderna de São Paulo em 1949, com uma grande exposição de arte abstrata, movimento que em virtude da ditadura permanecera praticamente desconhecido no Brasil. Em paralelo ao MAM e como um desdobramento de seu papel de núcleo de convergência do debate artístico internacional, organiza a Bienal de Artes Plásticas em 1951, a qual seria acompanhada da Bienal de Arquitetura e a Bienal de Teatro. Para a I Bienal, contou com o apoio decisivo de instituições internacionais como o Museum of Modern Art de Nova York e a Kokusai Bunka Shinkokai de Tóquio. O prestígio de Ciccillo no circuito cultural internacional era tal que, para a Bienal seguinte, em 1953, ele conseguiu trazer para São Paulo nada menos que a *Guernica*, num excepcional empréstimo, dentre mais de 80 outras obras para uma grande retrospectiva de Picasso.

PREFÁCIO

Afora essa construção de acervos fixos e periódicos, envolvendo os maiores nomes da arte contemporânea brasileira, latino-americana e mundial, ele ainda encabeçou a criação do Teatro Brasileiro de Comédia, principal núcleo da renovação do teatro brasileiro e da Companhia Cinematográfica Vera Cruz, com estúdios e equipamentos de primeira qualidade, para a qual convocou uma equipe de técnicos europeus que concentrariam o know how básico do cinema nacional no pós-guerra. Outras iniciativas na mesma linha de atualização cultural da cidade foram o Festival Internacional de Cinema (1951), o Museu de Arqueologia e Etnologia da Universidade de São Paulo (1964) e a Bienal Internacional do Livro (1969). Mas nem só em instituições se envolvia Ciccillo. Quando em 1956 o artista Flávio de Carvalho criou uma moda masculina adaptada às condições climáticas locais, que consistia em saiate e blusa bufante em tecido brilhante e decidiu apresentá-la num desfile público através da cidade, arrastando multidões escandalizadas atrás de si, Ciccillo fez questão de acompanhá-lo durante todo o percurso.

15

Mas o auge da sua atividade está associado à sua atuação na Presidência da Comissão Organizadora dos festejos do IV Centenário da cidade de São Paulo, em 1954. Numa relação bastante conflituosa com a Prefeitura, ele propôs um projeto de recuperação de uma ampla área pantanosa nas várzeas do Rio Pinheiros, ao sul da cidade, a fim de transformá-la num jardim público, área de lazer e centro cultural da cidade de São Paulo. O projeto resultou na realização do Parque Ibirapuera, com cerca de 18 km quadrados de área ajardinada, pontuada por um conjunto de prédios públicos projetados por Oscar Niemeyer, o futuro arquiteto de Brasília. Dentre as várias atividades culturais dos festejos destacou-se a criação do Balé do IV Centenário, primeiro grande impulso ao desenvolvimento da arte coreográfica no Brasil, cuja direção foi entregue ao célebre coreógrafo húngaro Aurel Milloss, ex-diretor dos Balés de Paris, Berlim, Viena e do La Scala de Milão. As apresentações foram abertas ao grande público e vieram para reger a Orquestra Sinfônica de São Paulo os maestros Paul Hindemith, da Alemanha, Pierre Dervaux, da França, e Nino Stinco, da Itália, num repertório de compositores brasileiros, com destaque para Villa-

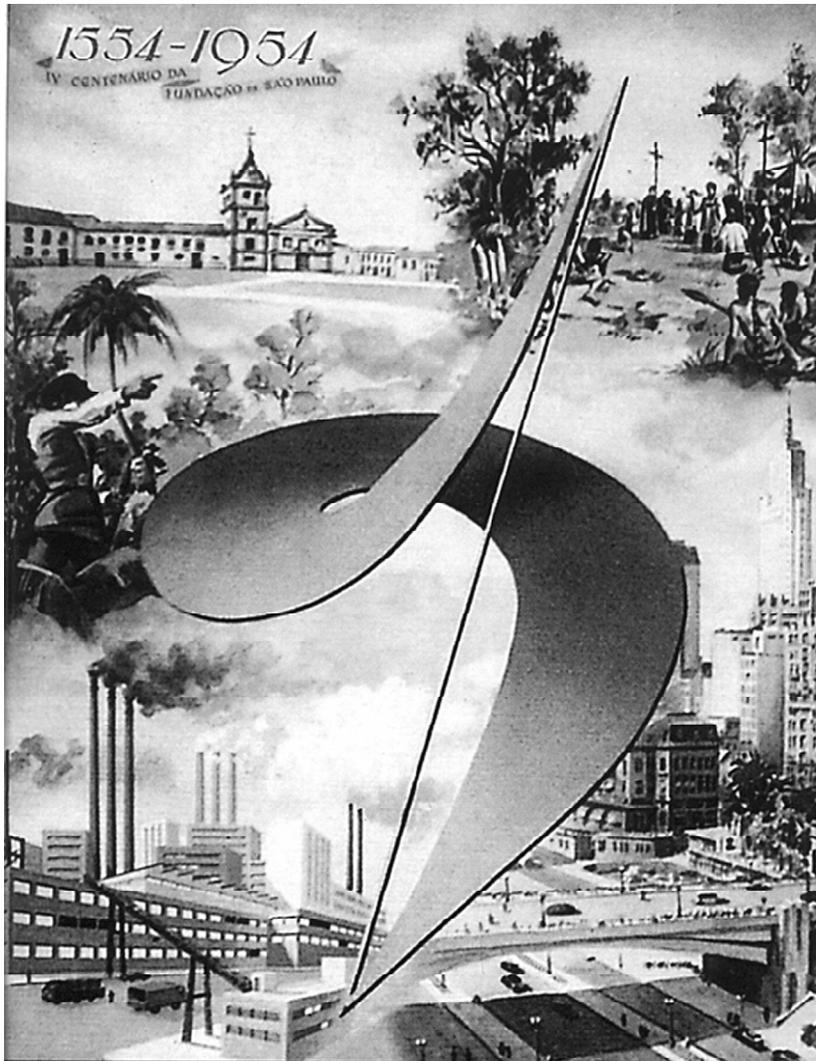
Lobos e com cenários e figurinos de artistas nacionais, com destaque para Flávio de Carvalho.

No total, mais de cem eventos artísticos foram apresentados à população no contexto do IV Centenário, envolvendo cerca de 350 artistas brasileiros. Os quais, em retribuição, resolveram dar a Ciccilo uma tela de De Chirico que, ato contínuo, ele repassou para o acervo permanente do MAM. O fato comporta uma curiosa coincidência. Um de seus primeiros colaboradores, fora o jornalista e magnata das comunicações Assis Chateaubriand, ex-combatente da tentativa de secessão paulista de 1932. Mas Chateaubriand tinha seus próprios planos de mecenato e em 1947 se associou com o crítico de artes italiano Pietro Maria Bardi e sua mulher, a arquiteta Lina Bo Bardi, para criar o mais sofisticado acervo de arte da cidade, o Museu de Arte de São Paulo, reunindo obras de grandes mestres desde o Renascimento até a atualidade. Ocorre que o pai de Lina, Enrico Bo, foi pintor surrealista e amigo dileto de De Chirico, tanto que a família Bo era sua vizinha na Via Gesù, em Milão. Lina foi pois fortemente influenciada pelo mestre da pintura metafísica e, sob o patrocínio de Chateaubriand, projetaria o prédio do MASP (1968), na parte mais central e visível do espigão central da cidade, em plena Avenida Paulista, segundo uma concepção arquitetônica e museológica extremamente original, inspirada na estética do deslocamento onírico do mestre italiano. Seu impacto, intensificado por outras obras de Lina Bo Bardi, acabaria dando um tom peculiar à produção arquitetônica paulista.

16

Assentados esse padrões básicos de referência e a atmosfera geral desse “ressurgimento” paulista, a cena cultural adquiriu um dinamismo de força radical a partir dos anos 60. Ao redor da Cinemateca Brasileira, surgida em 1956 a partir da Filmoteca do MAM e da atividade crítica de Paulo Emílio Salles Gomes, se organiza em 1960 a I Convenção da Crítica Cinematográfica Brasileira, desencadeando as reflexões e o debate estético que desembocariam no Cinema Novo. No teatro, Gian Francesco Guarnieri dirige operários na montagem de *Eles não usam black tie*, lançando o Teatro de Arena e radicalizando a cena teatral. O III Festival da Música Popular Brasileira da TV Record (1967), lança o Tropicalismo de Caetano Veloso, com *Alegria alegria*, e Gilberto Gil, com

PREFÁCIO



17

Domingo no parque, fundindo as inovações da Bossa Nova com as distorções eletrônicas e os ícones visuais da pop art internacional. No mesmo ano José Celso Martinez apresenta a sua anárquica montagem de *O Rei da Vela*, de Oswald de Andrade, criando comoção no Teatro Oficina. Rogério Sganzerla filma seu *O Bandido da Luz Vermelha* no ano seguinte, propondo uma imagem trágica de marginalidade e transgressão cultural.

O pano de fundo desse paroxismo crítico e criativo adotara

cores sombrias desde o golpe militar de 1964, sequele da lógica redutiva e intolerante que regia as estratégias da guerra-fria para as áreas periféricas do globo. O regime militar assumiu plenas feições ditatoriais com o Ato Institucional 5, em fins de 1967, que simplesmente revogou a Constituição, a autonomia do Congresso e quaisquer garantias individuais. O que deixou as forças obscurantistas à vontade para invadir o palco do Teatro Ruth Escobar, onde estava sendo encenada a peça *Roda Viva* de Chico Buarque de Holanda, espancando público e atores. Esses mesmos personagens sinistros atacariam poucos dias depois o coração da cidade, destruindo o sonho de García Lorca, que era também o de Flávio de Carvalho e de quantos mais nesta cidade se inspiravam nele. O grande laboratório cultural paulista era mais uma vez interdito no auge da sua ebulição imprevisível.

18

Significativamente, numa sequência cronométrica como a desses testes que avaliam os limites da asfixia, a aconchegante alameda de jacarandás da Avenida São Luís, que se estendia ao largo da Biblioteca Municipal, idealizada por Mário de Andrade, recobrimo com suas sombras suaves os quiosques de livros usados e os inúmeros leitores anônimos que se espalhavam pelos bancos da Praça Dom José Gaspar, últimos remanescentes do projeto das grandes áreas verdes de Antônio Prado, eram eles próprios arrancados a golpes de machado e serra elétrica, para dar lugar a um novo programa de vias expressas.

O pesadelo tecnocrático se abatia sobre São Paulo para ocupar o vácuo aberto pela repressão política. Viadutos paralelos, cruzados, sobrepostos; praças de quatro andares para o maior conforto dos carros; corredores superexpressos de circulação; hipermercados; verticalização desenfreada; desapropriações, demolições, ocupação dos espaços públicos; condomínios privados, centros empresariais, grades de proteção, selva cerrada de antenas de captação, ponteadas de altíssimas torres de radiotransmissão. A paisagem pitoresca, eleita pelos jesuítas, do maciço de colinas entrecortado pelos rios, lagos e vales verdes amplíssimos, por onde serpenteava o Tietê prateado até sumir sob a nuvem azulada da neblina fina, foi rapidamente substituída por um novo cenário de asfalto, concreto armado, aço, alumínio e cristal.

PREFÁCIO

Só em meados dos anos 1980, com a superação gradual dos múltiplos entraves legados pelo regime ditatorial, é que começou a se esboçar o retorno às experiências sinérgicas desse laboratório sem centro e sem fronteiras. Tendo entrado no século XXI como a terceira maior área de conurbação do globo, São Paulo vai se tornando outra vez o palco de um sincretismo cultural entre extremos



19

Jacarandás da Avenida São Luís, década de 30 (*Revista do Arquivo Municipal*, Secretaria Municipal de Cultura de S.Paulo, DPH, 1984).

de riqueza e miséria, especulação e segregação, prodígio técnico e fragilidade humana, cultura globalizada e tradições populares, massificação e isolamento, cupidez e solidariedade, privação de direitos e aspiração democrática. Predominantemente composta de todas as formas de desenraizados e migrantes, nela o único solo comum é compartilhado pelas mentes e está em algum lugar no futuro, imerso na névoa sutil que envolve persistente a cidade. Por isso nos comove o eco daqueles versos sobre os Álamos de Plata, lidos um dia no aço enferrujado sob as plantas do jardim, por um dos maiores poetas brasileiros, Paulo Mendes Campos, o qual escreveu essa “Ode a Federico García Lorca”:

20

*[...] Há uma orfandade enorme.
Sei que conheces todos os caminhos como se foras um
menino, mas, ao meio de todas as vozes que te cercaram, co-
laste teus ouvidos aos pulmões enfermos da cidade e não fi-
caste indiferente aos arquejos que captaste,
um pedaço de voz entrecortado, um coro sem música,
sem tranqüilidade nenhuma, que irrompia de gargantas huma-
nas submersas. [...]*

*Seria agora inútil e patético, García Lorca, suspender minha
voz no céu irresponsável e indagar onde estás.
Estás à sombra das oliveiras, talvez, nos olhos sem tempo
dos bois, no teu túmulo, talvez,
à beira dos riachos, à beira dos pensamentos de misericórdia,
nos versos melhores que fazemos,
acompanhando a lua na visita às cidades destruídas,
no soluço definitivo dos moribundos fuzilados, no ar,
no vento, na chuva, estás por toda parte, porque a
palavra amor não desmorona nunca.*

* Esta é uma versão abreviada do ensaio publicado originalmente como “São Paulo, um laboratório cultural sin fronteras”, na *Revista de Occidente*, n.174, em novembro de 1995, pelo Instituto Ortega y Gasset, Madri. Uma versão ampliada e ilustrada foi publicada em *Pindorama Revisitada, cultura e sociedade em tempos de virada*. São Paulo: Editora Peirópolis, 2000.

PREFÁCIO

Nicolau Sevcenko, historiador, é professor na Universidade Harvard. Publicou entre outros *A revolta da vacina* (1983, com reedição em 2010 pela Cosac&Naify), *Orfeu extático na metrópole: São Paulo nos frementes anos 20* (1992), *A corrida para o séc. 21: no loop da montanha-russa* (2001) e *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República* (2003), além de ter organizado o volume *História da vida privada no Brasil: da belle époque à era do rádio* (1998), todos pela Companhia das Letras.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fernando Azevedo de. **O franciscano Ciccillo**. São Paulo: Pioneira, 1976.

AMARAL, Aracy. **Artes plásticas na Semana de 22**. São Paulo: Perspectiva, 1970.

_____. **Blaise Cendrars no Brasil e os modernistas**. São Paulo: Martins, 1970.

AMERICANO, Jorge. **São Paulo naquele tempo, 1895-1915**. São Paulo: Melhoramentos, 1962.

BLAISE CENDRARS. **Au coeur du monde, poésies complètes: 1924-1929**. Paris: Gallimard, 1985.

_____. **Etc... etc... (Um livro 100% brasileiro)**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

BOCHNER, J. **Blaise Cendrars: discovery and re-creation**. Toronto: Toronto University Press, 1978.

BRUNO, Ernani Silva. **Depoimentos de moradores e visitantes 1553-1958**. São Paulo, Secretaria Municipal de Cultura, 1981.

_____. **História e tradições da cidade de São Paulo**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1954, vol III.

CHEFDOR, M. **Blaise Cendrars**. Boston: Twayne, 1980.

DIAS, Maria Odila Leite da Silva. **Quotidiano e poder**. 2a. ed., São Paulo: Brasiliense, 1995.

21

GETÚLIO VARGAS. **O governo trabalhista do Brasil**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1952.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **O extremo Oeste**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

LARA, Cecília de. **De Pirandello a Piolin, Alcântara Machado e o teatro no modernismo**. Rio de Janeiro: INACEN, 1987.

LEITE, R.M. e ZANINI, W. **Catálogo da Exposição Flávio de Carvalho**. São Paulo, 17a. Bienal de São Paulo, 1983.

LEVI, Darrell E. **A Família Prado**. São Paulo, Cultura 70, 1974.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Tristes trópicos**. Lisboa, Edições 70, 1993.

LOVE, J. **A locomotiva, São Paulo na federação brasileira**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.

MARIO DE ANDRADE. **Poesias completas**. São Paulo, Círculo do Livro, 1976.

22

MORAND, Paul. “Préface” IN BLAISE CENDRARS, **Du monde entier, poésies complètes: 1912-1924**. Paris, Gallimard, 1967.

OLIVEIRA, Olívia Fernandes de. “Quarto de arquiteto, Lina Bo Bardi e a história”. IN **Óculum, revista universitária de arquitetura, urbanismo e cultura**, No. 5/6, Junho, 1995.

OSWALD DE ANDRADE. “Manifesto da poesia pau-brasil” IN G.M.TELES, **Vanguarda européia e modernismo brasileiro**. Rio de Janeiro, Vozes, 1972.

PAULO MENDES CAMPOS. **Os melhores poemas**. São Paulo, Global, Secretaria Municipal de Cultura, 1990.

RUDYARD KIPLING. **Cenas brasileiras**. Tradução Pinheiro Lemos e Geir Campos. Rio de Janeiro, Record, sem data.

SALIBA, Elias Thomé (org). **Idéias econômicas de Cincinato Braga**. Rio de Janeiro, Brasília, Casa de Rui Barbosa, Senado Federal, MEC, 1983.

SEVCENKO, N. “Brazilian follies: the casting, broadcasting and consumption of images of Brazil on both sides of the continent,

PREFÁCIO

1930-50”, texto apresentado ao **International Seminar on Ways of Working in Latin American Cultural Studies**, no University College, University of London, em Abril de 1995, promovido pelo Center of Latin American Cultural Studies, King’s College, London.

—————. “Transformações da linguagem e advento da cultura modernista no Brasil”. IN **Estudos históricos**, Rio de Janeiro, Revista da Fundação Getúlio Vargas, vol. VI, no. 11, 1993.

—————. **Orfeu extático na metrópole, São Paulo sociedade e cultura nos frementes anos 20**. São Paulo, Companhia das Letras, 1992.

—————. “Rio de Janeiro y San Pablo: desarrollo social y cultural comparativo, 1900-1930” IN J.E.HARDOY y R.MORSE (edts.) **Nuevas perspectivas en los estudios sobre história urbana**. Buenos Aires, G.E.L., 1989.

—————. “São Paulo: The quintessential, uninhibited megalopolis as seen by Blaise Cendrars in the 1920s” in BARKER, T. & SUTCLIFFE, A. (edts.) **Megalopolis: the giant city in History**. London, New York, MacMillan Press, St. Martin’s Press, 1993.

STEEGMULLER, Francis. **Apollinaire, poet among the painters**. New York, Penguin, 1986.

TOLEDO, J. **Flávio de Carvalho, o comedor de emoções**. São Paulo, Brasiliense, Campinas, UNICAMP, 1994.

WISER, William. **The crazy years, Paris in the twenties**. Londres, Thames and Hudson, 1990.



APRESENTAÇÃO

Dulcilia Schroeder Buitoni

Como a imagem da cidade foi se tornando tema central para o Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura Visual? Dos primeiros mapas conceituais sobre o fenômeno da visualidade, chegamos às cidades concretas e imaginárias. Talvez a história seja um pouco longa, mas gostaríamos de registrar os passos deste grupo de pesquisadores que vêm empreendendo uma caminhada investigativa que une imagem e comunicação.

25

A poética do espaço/cidade foi nos conquistando. Trabalhamos inicialmente com buscas teóricas: uma fenomenologia das imagens que permitisse refletir e também criar. Chegamos a formular pré-projetos em torno de alguns assuntos como as representações da criança na mídia – que resultou em algumas produções acadêmicas. E então, desde 2011, fomos nos concentrando em torno da cidade. Agora, reunimos um conjunto de textos que bem representam o estágio atual.

Por isso, este livro marca uma etapa de vida do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura Visual, do CNPq. Também marca a relação do grupo com o Programa de Pós Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Assim que o “Programa Comunicação na Contemporaneidade” se iniciou, no segundo semestre de 2006, houve a proposta de criação de um grupo de pesquisa que tivesse como objeto a imagem em suas diferentes formas. A onipresença da imagem em todas as atividades humanas,

sociais ou pessoais, principalmente na esfera da comunicação, exige que as visualidades sejam tema fundante na pesquisa de pós-graduação.

A proposta que congregou alguns pesquisadores de outras universidades, professores da Cásper Líbero e estudantes de mestrado e de graduação, visava o estudo de imagens midiáticas fixas e em movimento, impressas, videográficas, cinematográficas, digitais. O entusiasmo era grande, mas havia que conviver com a escassez de tempo. Além das inúmeras atribuições de cada um, no caso dos mestrados, o problema se agrava com a imposição do tempo compacto: apenas dois anos para fazer um mestrado de ciências humanas, prazo bastante curto para refletir, analisar e produzir, especialmente para os alunos com compromissos profissionais. Para esses mestrados, participar de um grupo de pesquisa representa um grande esforço.

26

A vinculação com a fotografia levou-nos a participar como membro do GP Fotografia da Intercom, primeiro com apresentação de pesquisas e depois como coordenadora do GP, de 2009 a 2012, sendo responsável pela seleção e organização das sessões do Congresso nacional dessa associação. Em todos os anos, membros do GP Comunicação e Cultura Visual apresentaram trabalhos nos congressos da Intercom.

Relações com professores de outros programas de pós em comunicação também foram se estreitando: docentes como Lucia Santaella, José Luiz Aidar e Lucia Leão, da PUC-SP; Elisabeth Saad e Maria Dora Mourão, da ECA-USP; Fernando de Tacca, da Unicamp, e Paulo Boni, da Universidade Estadual de Londrina, entre outros.

Desde seu início, o grupo procurou manter contatos internacionais. Professores da Facultad de Ciencias de la Comunicación da Universidad Autónoma de Barcelona foram os primeiros a estreitar relações, em virtude de antigos laços de pesquisa originados quando esta signatária era professora da ECA-USP. Assim, Teresa Velázquez, professora do Departamento de Periodismo y Teorías de la Comunicación participou do seminário “Imagem e Sociedade do Conhecimento”, realizado pelo GP Comunicação e Cultura Visual em 2010. No mesmo ano, também promovemos o seminário

APRESENTAÇÃO

“Imagem e informação”, com o professor francês Dominique Wolton, diretor do CNRS (Centre National de la Recherche Scientifique).

Essa primeira visita da professora Teresa Velázquez impulsionou a ideia de um convênio entre as duas instituições, Faculdade Cásper Líbero e Universidad Autònoma de Barcelona (UAB), finalmente formalizado neste início de 2014, com as assinaturas do reitor da UAB e da diretora da Cásper. Enquanto os trâmites do convênio eram processados, muitas atividades conjuntas foram realizadas. Em 2011, a coordenadora do GP Comunicação e Cultura Visual assinou um acordo com o Observatório Mediterrâneo de Comunicação, rede que reúne pesquisadores da Europa, África e América Latina.

O professor da UAB Josep M. Català, com formação em História, Cinema e Comunicação, um dos mais importantes pesquisadores das produções visuais contemporâneas, vem contribuindo com o GP Comunicação e Cultura Visual desde 2006. Seu livro *Imagen compleja: la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*, publicado em 2005, já se tornou um clássico dos estudos de imagem. Em outubro de 2011, o GP promoveu sua vinda; ele ministrou o seminário “Imagem complexa: representação visual e conhecimento”. As atividades de Català estenderam-se em palestras na pós em Tecnologias da Inteligência e Design Digital, na PUC-SP, em articulação com a professora Lucia Santaella; e na ECA-USP, em conjunto com o Departamento de Audiovisual, através de Dora Mourão. Também houve um encontro de Català com o professor Norval Baitello, da PUC-SP, e seus alunos. Nessa ocasião, foi lançado ainda o primeiro livro de Català traduzido no Brasil, *A forma do real: introdução aos estudos visuais*, cuja edição foi por nós indicada à Editora Summus.

Nessa primeira visita do Prof. Català, tivemos a ajuda imprescindível da mestranda Ana Paula Kwitko, presente em todas as atividades programadas. Terminado o mestrado, Ana Paula foi aceita para o doutorado em Comunicação da UAB – um dos resultados do convênio UAB/Cásper, antes mesmo de ser oficializado.

Já completamente integrado às pesquisas do GP Comunicação e Cultura Visual, e com apoio parcial da Fapesp, Josep M. Català

veio novamente em junho de 2012, quando proferiu palestra sobre “O inconsciente urbano: cidade e imagem”, no IV Seminário de Comunicação e Cultura Visual. E participou de sessão de análise das pesquisas individuais dos membros do grupo. Novamente proferiu palestras na ECA-USP aos membros do grupo de pesquisa coordenado pela professora Elisabeth Saad e na PUC-SP, com a coordenação do professor Eugênio Trivinho.

Em junho de 2013, a pesquisa sobre imagem e cidade teve a participação decisiva da professora Lucrecia Ferrara, do PPGCOM da PUC-SP, que apresentou palestra sobre o tema e realizou uma sessão de discussão metodológica.

É hora então de agradecer a atuação inspiradora de Josep M. Català e Lucrecia Ferrara, junto ao projeto Imagem e Cidade do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura Visual. Agradecer também aos membros que nos acompanham desde a formação inicial, os professores Sônia Luyten, Carlos Costa, Vera Simonetti, Edna de Mello; e a Simonetta Persichetti e Silvio Barbosa, que se integraram ao grupo em 2010. Saliento também toda uma nova geração de mestres da Cásper que participaram ativamente de nossas pesquisas representados aqui pelos que estão publicando textos: Janaína França, José Geraldo Oliveira, Eric de Carvalho, Fabíola Tarapanoff, Anna Letícia de Carvalho, José Augusto Lobato.

Meus agradecimentos ao coordenador do PPGCOM da Faculdade Cásper Líbero, professor Dimas Künsch, que sempre apoiou as atividades do grupo, bem como a diretora Tereza Vitali e o vice-diretor Wellington Andrade. Agradeço aos colegas do PPGCOM pelo estímulo e companheirismo.

Quero registrar minha gratidão a Carlos Costa, que colaborou decisivamente para a feitura desta edição. Jornalista experiente, Carlos foi descobrir-se acadêmico: mestre e doutor pela ECA-SP, professor, coordenador de curso, apaixonado pela docência e pela pesquisa. Gracias a la vida, que fez com que nos encontrássemos na ECA-USP. E que os espaços-cidade tenham imagens mais poeticamente humanas.



Gabinete de Curiosidades ou Quarto das Maravilhas

29

UMA COLEÇÃO DE PRECIOSIDADES

Carlos Costa

O que temos de bom neste livro? Ao escrever o sumário, lembrei daquele trecho da parábola bíblica: “Todo escriba instruído acerca do reino dos Céus é semelhante a um pai de família que tira do seu tesouro coisas novas e velhas” (Mateus, 13: 52). Outra ideia que veio à mente foi a dos Gabinetes de Curiosidades ou Quartos das Maravilhas – aqueles embriões do que viriam a ser os museus a partir do século XIX: salas em que se guardavam coleções de preciosidades, miniaturas, peças raras. Há um pouco de tudo isso reunido aqui nesse livro que você começa agora a desbravar.

A começar pelo prólogo, escrito pelo historiador Nicolau Sevcenko, professor da USP lecionando atualmente história e cultura brasileira em Harvard. Foi de lá que Sevcenko remodelou uma de suas maravilhas para servir de prefácio a este livro. Homem de encarar muitas frentes de trabalho, Nicolau tem em seu currículo

desde uma delicada tradução de *Alice no país das maravilhas* ou o terceiro volume da *História da vida privada no Brasil*, ao vibrante *A corrida para o Século XXI – No loop da montanha russa* ou o clássico *Literatura como missão*. Mas foi seu *Orfeu extático na metrópole – São Paulo, sociedade e cultura nos frementes anos 20* que nos levou a convidá-lo para prefaciar essa coleção de artigos sobre imagem e cidade.

Abrindo o livro, o texto de Lucrécia D’Alessio Ferrara “O espaço público como meio comunicativo” estuda os processos interativos que têm como cenário o espaço público e, como ator, as distintas características culturais e comunicativas que sofrem impactos sociais e tecnológicos e ultrapassam as dimensões físicas e territoriais daquele espaço. Nesse percurso, analisa a professora, o espaço público é teatro e cenografia da cidade cosmopolita, desloca-se com a mídia eletrônica e virtualiza-se com a mídia digital.

30

O segundo texto, “Enquanto a cidade dorme”, é outra preciosidade, sugerida pelo próprio professor Josep M. Català. Trata-se do capítulo 7 de um de seus primeiros livros, *La violación de la mirada*, ganhador do Premio Fundesco, Fundação para o Desenvolvimento da Função Social das Comunicações. Hoje esgotada, a obra pode ser encontrada em algumas bibliotecas virtuais, como a *quadernsdigitals*¹. Català começou a escritura desse livro em San Francisco, em 1989, como dissertação do mestrado em Teoria Cinematográfica, que então concluía na San Francisco State University. Foi retrabalhar e terminar o trabalho, literalmente duplicando seu tamanho, em Barcelona, 1991. Agora, ao revisar a redação final do capítulo “Enquanto a cidade dorme”, enviada pelo tradutor José Geraldo de Oliveira, para aprovação, Català lhe escreveu: “Voltar a ler esse texto, tantos anos depois, foi uma experiência e tanto. Agradeço o esforço e a proposta de traduzir todo o livro. Seria magnífico, ainda que me dê a impressão de estar tentando ressuscitar um morto. Sem dúvida uma impressão errada, pois é certo que os escritos nunca morrem, se alguém ainda se interessa por eles”. Considerado pelo próprio Català um texto “atrevido” para aqueles anos 1990, “Enquanto a cidade dorme” é um dos pontos altos desse livro.

¹ http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/biblioteca/1_762/enLinea/0.html

“A paisagem como emblema da cidade: interfaces fotográficas, culturas e cognitivas” é o primeiro dos dois textos com que a coordenadora do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura Visual, prof^ª. Dulcilia S. Buitoni, nos brinda (artigo 3). O outro é o artigo “Imagens em revista no tempo: Rio de Janeiro e São Paulo” (texto 10). Se no primeiro a professora aborda como o fenômeno fotográfico teve imediata identificação com as cidades, no segundo ela se detém numa análise comparativa sobre as representações das cidades de São Paulo e do Rio de Janeiro nas duas revistas semanais mais importantes da história da imprensa brasileira: *O Cruzeiro* na década de 1950 e a *Veja* nos anos de 2000.

A pesquisadora Sonia M. Bibe Luyten, pioneira no estudo de histórias em quadrinhos e mangás, nos enviou seu trabalho “As cidades reais como cenário para a produção da fantasia nos mangás e animês: *glocalização* e a Paris de nossos sonhos”. É quarto texto do livro. Essa interessante investigação no mundo da cultura pop japonesa é seguida pelo trabalho apresentado por mim, sobre a convivência das velhas e novas mídias no espaço urbano: “Passeio pelas mensagens da cidade: convívio de mídias” é o título do trabalho 5.

O sexto texto apresenta o artigo “Fotografia, mediação e espaço urbano em Belém do Pará”, em que o mestre José Augusto Mendes Lobato analisa o levantamento de imagens realizado por professores e alunos da Universidade da Amazônia (Unama) no projeto “Comunicação, antropologia e filosofia: estética e experiência na comunicação visual urbana da contemporaneidade de Belém do Pará”. São fotos de distintos ângulos e momentos mostrando aspectos visuais da capital paraense. Num diálogo e em contraponto com esse estudo, os professores Edna de Mello Silva, Liana Vidigal Rocha e Sérgio Ricardo Soares, do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Tocantins, escrevem sobre “Uma praça e ‘seus girassóis’; as narrativas imagéticas da história de Palmas” (texto 7), desmontando o processo de como se forja um passado épico que não existiu, num espaço urbano que nem oferece os girassóis que lhe dão o nome.

No oitavo trabalho que compõe este livro, “Grafiticidade e Visão Travelar”, do mestre José Geraldo de Oliveira, é uma análise do grafite como a criação e intervenção de uma tribo que se

comunica no espaço urbano. Apropriando-se de uma expressão do fotógrafo húngaro Gyula Halász, o Brassai, escreve Oliveira na conclusão de seu trabalho: “Os artistas da ‘arte bastarda da rua de má fama’ desenvolveram novas técnicas de codificação da informação, enquanto os ouvintes, os leitores e os telespectadores desenvolveram suas próprias técnicas cognitivas para extrair essa informação e dar a ela significados, já que são também parte da história das interfaces dessas novas informações desenvolvidas pelos primeiros, e seus comportamentos novas informações desenvolvidas pelos usuários e fruidores de suas obras”.

32

O trabalho seguinte, o 9º do livro, o professor Eric de Carvalho lança um olhar benjaminiano para as imagens dialéticas no processo de implementação do Projeto Nova Luz, uma tentativa talvez infrutífera de recuperar o centro histórico da cidade de São Paulo, degradado há décadas. “São Paulo: luz sobre a nova luz” é resultado da pesquisa realizada por Carvalho. O texto que segue, da coordenadora do grupo, já foi acima mencionado. Depois, vem o trabalho em que o professor Silvio Barbosa emprega os conhecimentos acumulados em sua larga experiência com produtos audiovisuais para realizar uma análise de um filme paradigmático. Em seu artigo “Nuremberg, a cidade palco do poder nazista”, Barbosa analisa a simbologia presente no clássico *O triunfo da vontade*, filme da diretora Leni Riefenstahl. A interpretação do pesquisador é valiosa: “O arquiteto Albert Speer criou as áreas de desfile, transformando Nuremberg no sambódromo da Alemanha, por onde gente fantasiada, como os camponeses que entregam a colheita a Hitler, e a profusão de estandartes celebram o único líder, o guia espiritual da nação, o Führer. O documentário, carregado de mitos pagãos e cristãos, torna a própria Nuremberg um mito do nazismo. Mito que será retrabalhado com a derrota e a consequente transformação da cidade em tribunal de crimes de guerra, de 1945 a 1949”, esclarece Silvio Barbosa na introdução de seu belo trabalho.

A pesquisadora Fabíola Tarapanoff se utiliza de filmes de Woody Allen para analisar o modo com que as narrativas cinematográficas apresentam cidades como Nova York, Paris, Roma ou Barcelona, objetos de desejo de tantos turistas, como mencionou Català em seu ensaio. Esse artigo da professora Tarapanoff é o 12º texto dessa coletânea: “O olhar cosmopolita de Woody Allen.

Os dois últimos trabalhos reunidos no livro deixam para trás o cinema e as décadas passadas para mergulhar no lado mais freneticamente do presente, para empregar a palavra utilizada por Sevckenko ao falar da São Paulo dos anos 1920.

Anna Letícia Pereira de Carvalho baseou sua pesquisa no site fotojornalístico *Big Picture*, do jornal *The Boston Globe*, criado em 2008. Um exemplo, segundo ela, de como os dispositivos imagéticos procuram produzir uma nova experiência sensitiva para o espectador. Seu artigo “As cidades do Big Picture”, o 13º dessa obra coletiva, tem como objeto a foto digital como suporte de informação e fonte de narrativas jornalísticas. O texto que encerra essa seleção de trabalhos do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura Visual, leva a assinatura da estudiosa Janaíra Dantas da Silva França, e tem seu foco nas imagens instantâneas do Instagram, aplicativo criado em 2010. Janaíra trabalha especificamente com a competição e evento mundial itinerante, o Social Media Week, realizado de 24 a 28 de setembro de 2012, em quatorze cidades – São Paulo incluída. Em seu trabalho “#InstamYourCity, paisagens digitais”, a pesquisadora nos leva pela mão a esse novo mundo do compartilhamento das experiências visuais cotidianas do espaço das cidades.

33

Boas leituras!



O ESPAÇO PÚBLICO COMO MEIO COMUNICATIVO

Lucrecia D'Alessio Ferrara

1. O megamundo

“Toda superfície é uma interface entre dois meios onde ocorre uma atividade constante sob forma de troca entre as duas substâncias postas em contato” (VIRILIO, 1993: 12).

35

Globalização e mundialização são neologismos que designam um mundo novo. Na globalização, o mundo é uma imensa cidade produzida pela colagem de outras cidades pequenas e grandes, reconhecidas e desconhecidas, diferentes e parecidas: esta cidade fantástica é o mega mundo tecnológico das metrópoles mediadas e produzidas pela relação complexa de múltiplas características econômicas, sociais e culturais.

O megamundo feito de cidades dentro de cidades trocou o território pela conurbação real e virtual e o lugar logocêntrico pela agitação policromática, polivisual, polifônica e, sobretudo, cinética e em constante mudança.

Nunca como no megamundo se utilizou tanto a analogia com a Torre de Babel para concretizar a confusão da cidade global onde todos os opostos se congregam em disputa acirrada e inexorável. Mundialização e tecnologia caracterizam o tempo presente e, contaminadas, não permitem raciocínios apocalípticos que caracteri-

zaram a interpretação do pensamento intelectual do pós-segunda guerra mundial, temente de uma ação capaz de dizimar a humanidade submissa à máquina e à comunicação manipuladoras. Ao contrário dessa posição, é necessário analisar as novas formas de ação desenvolvidas pelos meios de comunicação no mundo social e, sobretudo, as relações comunicativas que transformam as ações coletivas e o domínio individual. Porém, essa análise depende de suficiente compreensão da mudança introduzida pelos novos meios e o caminho mais concreto se concentra na comparação entre os desenhos do tempo e do espaço de ontem e de hoje e, como exemplo, estuda-se a notável transformação da funcionalidade do espaço público, entendido como manifestação cultural cujos signos se identificam nas suas características de uso.

36

Para tanto, não é possível analisar a comunicação globalizada exclusivamente no contexto técnico da sua produção, circulação e recepção, mas é necessário comparar os alicerces da mudança, ou seja, é necessário entender a dimensão histórica da nova comunicação mediada que se caracteriza como processo em curso sem metas prefixadas e onde, no atual momento, o megamundo se divide proporcionalmente entre o tempo que se encolhe e o espaço que se perde. A globalização da economia, mas, sobretudo, a desterritorialização da cultura graças às novas tecnologias da comunicação estabelecem uma sensível mudança no uso e na percepção das cidades. O espaço público urbano constitui elemento vital para caracterizar essa mudança, pois ela o leva a atingir outra etapa, inscrevendo-o como espaço público mediado. Agora, o espaço público e seu uso constituem uma curiosa variável onde se percebem ganhos e perdas que a simples constatação descritiva das características tecnológicas dos meios comunicativos não logra perceber.

Analisando o uso do espaço público, o presente trabalho se orienta metodologicamente pela discriminação das características comunicativas do espaço de ontem para compará-lo com as dimensões do espaço público atual.

Em 1974, Richard Sennett publicou uma obra fundamental denominada *O declínio do homem público*. Atualmente, as descrições e, sobretudo, as argumentações daquela obra parecem estranhas e sem sentido. Porém, passar em revista os meandros daque-

les argumentos nos permitirá entender o antídoto da cidade cosmopolita e criar um dispositivo heurístico capaz de produzir uma estrutura analítica mais rigorosa que nos poderá levar a entender o inverso do espaço público do século 19 e início do 20, ou talvez, seu anverso contraditório: a cidade virtual. Da cidade cosmopolita à virtual, o eixo de contaminação, comparação e transformação está nas características de um espaço público que vai da praça à infovia.

2. O declínio do homem público

O título da obra de Sennett era paradoxalmente complementado por um subtítulo “As Tirantias da Intimidade”, que nos induz a entender imediatamente que o público só era passível de compreensão através do privado, porque a ele se opunha. Porém, essa é a característica do espaço público do século 19.

O mundo greco-romano procurava construir, entre o público e o privado, um equilíbrio político que desconsiderava a oposição entre ambos, para descobri-los como naturalmente separados, porque funcionalmente distintos (Sennett, 1988: 15). O mundo medieval até o início do renascimento, ao contrário, via, na praça pública a síntese de um mundo extra-oficial e anti-hierárquico onde as expressões orais se combinavam aos gestos grotescos e, paradoxalmente, permitiam a emergência pública das reservas do espaço privado. Como consequência, a praça era reconhecida como espaço onde se permitia superar proscricções: liberdade, franqueza e carnaval eram a outra face que, ao se oporem às normas, legitimavam a etiqueta, a hierarquia e o comportamento palacianos (Bakhtin, 1974: 139). Ou seja, até o final do Renascimento, o público e o privado eram entendidos como instâncias distintas, mas equilibradas e mútuo-corretivas.

A cultura do espaço público é obra do século XVIII, seu apogeu está marcado pela emergência da cidade cosmopolita do século XIX e pela fruição da vida pública dos bulevares, cafés e passagens até a eclosão da definitiva incorporação das transformações culturais introduzidas pela Revolução Industrial mecânica que agrupou, de um lado, produção e consumo e, de outro lado, reproduzibilidade técnica e percepção sem compromissos estéticos e míticos. (Benjamin, 1975: 15-16). A divisão entre o eu e o nós, entre o privado e o coletivo, entre o particular e o comum caracteriza os pó-

los em oposição na cidade cosmopolita. Porém, a questão se torna mais complexa quando essa relação se define pelo caráter comunicativo de dois parâmetros culturais e sociais em confronto em um mesmo local: surge a clara noção do espaço público.

A arqueologia do espaço público deve ser procurada na gênese da cidade cosmopolita do século XVIII e nas construções que identificaram e consideraram aquele espaço como matriz da cultura moderna:

38

Em sociedades de grande pobreza, de hierarquias rígidas ou de paixões religiosas muito fortes, a gratificação psíquica só pode ter pouco sentido enquanto um fim em si mesmo. Este clamor peculiar da natureza contra a cultura começou a tomar forma no século XVIII, especialmente na Inglaterra, na França, no norte da Itália e no nordeste dos Estados Unidos. Como todo desenvolvimento histórico complexo, ele não nasce de um só golpe. Nossos antepassados lutaram para encontrar imagens e experiências que pudessem de algum modo exprimir essa oposição, de maneira a atribuir uma forma social concreta à busca da felicidade. Um dos caminhos que utilizaram para exprimi-lo foi por meio da distinção entre o público e o privado. A geografia das capitais servia aos cidadãos como meio para pensarem sobre natureza e cultura, identificando o natural com o privado e a cultura com o público (Sennett, 1988: 118).

A citação deixa claro que a cultura é de domínio público e sua relação comunicativa se desenvolve naquele espaço. Resta saber como se constroem e se fazem comunicativas.

3. A cultura do espaço público

Descrever as características e interpretar as dimensões culturais da modernidade tem atraído a atenção de muitos filósofos no decorrer do século 20. A construção da “arqueologia da modernidade” tem sugerido, como ponto de partida, o estudo da situação do espaço público como teatro daquela cultura.

Do “flâneur” e das passagens de Benjamin até a Teoria da Esfera Pública e da Ação Comunicativa de Habermas nos defrontamos com interpretações do espaço público como território localizado da cultura. A emergência dos meios de comunicação de massa nos meados do século XX e a crescente globalização econômica do planeta sustentada pela tecnologia eletrônica e digital da informação e da comunicação impõem outra dimensão interpretativa daquele espaço e passamos da sua localização territorial para o deslocamento midiático e virtual.

Dentre os vários estudiosos dessa característica da relação pública, John Thompson (1998) salienta como pólo de distinção entre aqueles espaços suas características interativas e aponta três padrões interativos: a interação face a face como relação comunicativa de troca e proximidade; a interação mediada como espaço de relação à distância; e a interação quase mediada como forma de relação tecnológica e banalizadora da distância física.

Nessa classificação, o eixo interpretativo apóia-se, de um lado, no estudo da relação comunicativa, mas não considera suas características espaciais e públicas como consequência e origem de uma percepção e relação comunicativas distintas. De outro lado, apreende-se os alicerces interativos como estanques e de manifestação discreta, ou seja, não considera as consequências do confronto e da comparação entre eles como fatores estimulantes da ação

pública. Confrontá-los e compará-los nos leva a entender um processo de interação que se subdivide em típico, tópico e atópico (Virilio, 1993: 13), na medida em que, em cada uma das suas modalidades, prescreve comportamentos interativos, proscree o encontro e a troca e, virtualmente, se disponibiliza, sem expor-se ou obrigar. A proposta desse trabalho é estudar o espaço público como

*Do flâneur e das
passagens de Benjamin às
teorias de Habermas, nos
defrontamos com
interpretações do espaço
público como território
localizado da cultura*

manifestação cultural que encontra, nos processos de relação comunicativa que estimula, as características que o identificam não apenas enquanto espaço característico do movimento moderno, mas da modernidade enquanto fantástica operação de identidade cultural que, pós-segunda guerra mundial, passou a assumir características que vão do desencanto marxista ao pós-moderno que inaugura as premissas do mundo contemporâneo. Para tanto, é necessário não apenas descrever a relação comunicativa, mas identificar as características semióticas que deixam seus índices nos desenhos do espaço público. Estuda-se, portanto, a relação comunicativa localizada semioticamente no espaço territorial ou virtual, isto é, propõe-se sair de uma análise fenomenológica da relação entre os indivíduos, para estudar o espaço público como elemento arqueológico da cultura através dos discursos que ostenta e daqueles que oprime.

3.1. O espaço público como cultura do espetáculo

40

O espetáculo caracteriza o espaço público localizado fisicamente no território e encontra sua definição enquanto se opõe ao espaço privado. Essa oposição implica em dimensões distintas de comportamento. Desse modo, se o espaço privado caracteriza a intimidade que agasalha comportamentos emotivos do indivíduo recluso em si mesmo como amar, sofrer, chorar ou pensar; o espaço público alicerça comportamentos que exigem o coletivo como expressar, representar, jogar, trapacear, mostrar ou dividir. Se o espaço privado sugere a atmosfera confessional da solidão, o espaço da vida pública, ao contrário, supõe a troca e a comunicação. Se o espaço da vida privada está confinado à reclusão dos aposentos particulares ou aos salões vedados aos estranhos e aos não convidados; o espaço da vida pública está nos cafés, nos bulevares, jardins, parques, praças e avenidas nos tempos de lazer, mostrar e mostrar-se: uma atividade pública definida no espaço e no tempo. Essa oposição gera as duas grandes características do espaço público localizado: a representação e o diálogo que permitem a Thompson identificar a interação face a face.

Representação e diálogo, por sua vez, dão origem às estruturas semióticas daquele espaço: o logocentrismo e a expressividade do corpo e do gesto no espetáculo e na representação: corpo em

exposição relacionado à palavra que o expressa e, ambos, capazes de sintetizar, em comunhão, uma retórica dominada pela metonímia que constitui a síntese da sua informação. Cada café, parque, praça ou avenida representa o mundo uniforme, porém dividido entre o coletivo e a intimidade.

O gesto e o corpo fazem do espaço público localizado um espetáculo onde se representa a auto-imagem: o figurino, a moda, o lazer, o sentar-se, o caminhar são índices típicos do espaço onde se representa essa publicidade do indivíduo totalmente distinto da vida privada; esse espetáculo é expresso pela palavra oral que consolida a tradição do povo em um território e constrói a narrativa através das suas lembranças. É o espaço público dominado pelos valores e crenças que constituem o sistema de ordem de ações e de comportamentos aceitos coletivamente. A doxa e a hierarquia consolidam o diálogo e sustentam a troca comunicativa e informativa do tempo passado no espaço público localizado. Para decodificar essa tradição e sua cifrada linguagem é necessário partilhar o espaço e entender os índices de uma maneira de ser para ser visto. Essa participação permite a autoidentidade onde o sujeito se espelha e se reconhece no coletivo. Mais do que localizado, esse espetáculo é contextualizado pela dinâmica cultural de cada território.

41

Sob a aparente desordem da cidade tradicional, existe, nos lugares em que ela funciona a contento, uma ordem surpreendente que garante a manutenção da segurança e da liberdade. É uma ordem complexa. Sua essência é a complexidade do uso das calçadas, que traz consigo uma sucessão permanente de olhos. Essa ordem compõe-se de movimento e mudança e, embora se trate de vida, não de arte, podemos chamá-la, na fantasia, de forma artística da cidade e compará-la à dança – não a uma dança mecânica, com os figurantes erguendo a perna ao mesmo tempo, rodopiando em sincronia, curvando-se juntos, mas a um balé complexo, em que cada indivíduo e os grupos têm todos papéis distintos, que por milagre se reforçam mutuamente e compõem um todo ordenado. O balé da boa calçada urbana nunca se repete em outro

lugar, e em qualquer lugar está sempre repleto de novas improvisações (Jacobs, 2000: 52).

3.2. O espaço público deslocado

Os meios eletrônicos de informação geram um espaço público deslocado, não só da sua conexão física territorial, mas sobretudo cada vez mais distante da opinião, da doxa como código de comunicação oral da tradição. Deslocado, o espaço público tem sua anterior semiótica logocêntrica e gestual transformada em imagem. A tatilidade é substituída pelo olhar que, porém, não está livre e à vontade, mas programado à distância, é dirigido, conduzido por poderosos vetores especializados em produzir persuasão. Esta imagem monitorada invade, sem cerimônia, o espaço privado dos nossos dias e inaugura o espaço do entretenimento de massa que se destina a todos porque a ninguém identifica.

42

Essa programação encontra no espaço público seu apoio, mas ele não se localiza nos valores do tempo, ao contrário ele é deslocado porque é um espaço sem tempo, sem história, sem narrativa porque sem valores próprios à sua publicidade. Isso deve ser suficiente para imaginar que esse espaço é fictício, um espaço possível, mas não real: esse é o espaço que ao ser programado visualmente, faz da publicidade um emblema e se desloca, se multiplica em espaços momentâneos e sem história que surgem tão rapidamente como podem desaparecer, constroem-se e destroem-se ao sabor dos interesses comerciais e das estratégias publicitárias que os tornam performáticos. São os “shoppings centers” que substituem definitivamente os lugares de encontro e de troca afetiva do passado e que, no seu apelo de imagem, expandem e espelham a ficção televisiva. É o espaço feito para ser consumido pelo hábito e pelo ócio sem compromissos com a necessidade de responder ou de reagir, mas culturalmente impositivo de um comportamento. E no disfarce dessa imposição está sua tópica relacional. Trata-se de uma estranha interação que se processa à distância e, sobretudo, sem ação. Contenta-se com a fruição de um possível apenas montado pelos recursos ficcionais que sugerem supostas relações mediativas com personagens que se tornam tão íntimas quanto distantes e apontam para um diálogo/monológico de uma só voz onde o

telespectador é, ao mesmo tempo e pelo imaginário, emissor e receptor, enquanto povoa seu cotidiano com figuras tecnológicas. Porém, a dinâmica desse “faz-de-conta” é implacável e, cada vez menos, ilude o espectador: enquanto simples “voyeur”, ele parece ser presa fácil da distração e do cansaço, mas o “zapping” ou o silêncio são suas respostas expressas, numericamente, pelos índices de audiência.

Essa pseudocomunicação gera uma exacerbação da imagem que precisa ser insistente e reiterativa e, nessa dimensão, estão suas duas principais características. De um lado, essa insistência é autofágica, porque, ao contrário do espaço público marcado pela frequência e pelo hábito, esse espaço eletrônico precisa ser constantemente maquiado como se novo e distinto fosse a fim de conseguir prender persuasivamente a atenção errante do espectador omissivo e ocioso. De outro lado, essa imagem autofágica elege alguns espaços em detrimento de outros: são os espaços de uso comercial, empresarial, econômico ou técnico e, sem dúvida, espaços de uma cultura tatuada em imagem e desenhada pela luz e pela cor. São os espaços públicos que, programados, impedem o livre exercício da geração de sentidos enquanto o espetáculo público se torna espaço administrado.

A dinâmica desse “faz de conta” é implacável e, cada vez menos, ilude o espectador: simples “voyeur”, ele parece presa fácil da distração e do cansaço

43

Na realidade, nas duas dimensões do espaço temos espetacularização, porém com tônicas opostas. No primeiro caso, o espaço público faz da visualidade seu espetáculo, no espaço público deslocado, o receptor é apenas espectador, isto é, se submete ao espaço alienante da mídia que administra seu lazer enquanto o espetáculo de cor, luzes e movimento da televisão invade todas as fronteiras, conquista todos os domínios e organiza a passividade, como apon-

ta Guy Debord (1997). Nos dois casos, temos espetáculos, porém não se superpõem, ao contrário, distinguem-se: no caso do espaço público do encontro e da troca tem-se o espetáculo onde o ator é o próprio habitante da cidade, no segundo caso, a televisão inaugura um espaço que se publiciza à distância e através de um espetáculo cuja cena está distante do espectador e sobre a qual ele não pode decidir. No primeiro caso, o espetáculo é essencialmente dado à visualidade e diretamente preso à etimologia latina da palavra (*spectaculum*), no segundo caso, a espetacularidade é performática e gera um ambiente aparentemente natural, porque as estratégias da sua produção estão invisíveis e seus objetivos estão voltados para persuadir a vontade e levar à docilidade do consumo de produtos, valores e comportamentos inconsequentes. Nessa subversão da imagem feita para persuadir e convencer está a contradição básica daquele espaço público eletroeletrônico.

44

Ante sua auto-suficiência visual, a realidade se apaga ou se mascara ou não se deixa reconhecer, porque surge saneada das diferenças vividas que narravam o espetáculo do espaço público ao qual o sujeito pertencia e com o qual se identificava. Nessa programação de um espaço público apenas possível, reside a alienação social apontada como a grande ameaça da modernidade.

3.3. O espaço público invisível

Prolongando e desenvolvendo o eletrônico, a mídia digital também se apóia na estrutura da imagem, mas sua visualidade é distinta, pois ela patrocina uma segregação do espaço físico ao produzir um tempo simultâneo. Comprimidos, tempo e espaço não são físicos, não têm paisagens ou referências reais ou fictícias; ao contrário, são imaginários e virtualmente abertos à informação e à comunicação. Trata-se de uma visualidade sem imagem, porque desnuda de qualquer apoio físico, programado e comercialmente oferecido ao usuário. Mais do que deslocado, o espaço digital é virtual, ou seja, nem público e nem privado, antitradicional e sem fala, sem identidade ou emblemas, mas claramente atemporal, sem passado, sem memória que caracterizam a identidade e o pertencer. Altera-se a compreensão do domínio público pela omissão de seu espaço que, agora, não se desloca, porque é virtual, mas simples-

mente acena como informação a ser processada. É o espaço público do megamundo digital e planetário.

Sua única possibilidade concreta está contida num estranho espaço público sem lugar físico, mas situado na memória coletiva errante que se intitula rede ou banco de dados voltado para a rápida mudança da informação que não se soma no tempo, mas se multiplica relacionalmente. Logo, a única possibilidade de retenção dessa informação para o domínio público está no espaço daquela memória coletiva e, mais do que nunca, é necessário salvar e nomear a informação que, apressada, está fadada a perder-se ante qualquer impulso de um dígito distraído.

Saber acessar, navegar na rede, conectar são as defesas virtuais que substituem as muralhas e portas da cidade antiga ou a reclusão que distinguia o domínio privado do público. Essa competência conectiva é tão eficiente quanto prescritiva e indispensável para ter acesso à informação, à interação e à troca virtual, mas é atópica porque não oferece caminhos a percorrer ou premissas a desenvolver. Tudo é rápido, original, virtual. Agora, a visualidade expositiva do espetáculo, o envolvimento do entretenimento e do ócio são substituídos por um contacto secreto entre pessoas que podem não se conhecer, mas convivem num diálogo anônimo e sem a espessura do contato.

Porém e mais do que nunca, o espaço público valoriza a mediação que vai muito além dos programas, siglas e códigos dos sistemas eletrônicos e, até mesmo, da simples informação disponível na rede, pois exige a operação relacional da informação para produzir conhecimento. Ou seja, o que se movimenta no espaço virtual não é a comunicação, mas a conexão entre informações.

Sem fala e sem imagens, o espaço virtual da rede pública dos sistemas de informação não se faz através do diálogo ou do monólogo que caracterizavam os dois casos anteriores, mas ele está disponível para todos, não é de ninguém e sua apropriação está sujeita à rápida transformação e à substituição dos dados colocados em rede, logo, sua percepção não garante identidade, originalidade ou segurança. Ao contrário, é relacional como convém aos processos de informação que serão tanto mais eficazes ou relevantes quanto mais públicos forem seus processos: nessa publicidade, o lugar es-

vazia-se de sentido porque se concentra no instante da própria relação estabelecida e cria outra dimensão do coletivo. Atualiza-se no instante fugaz do tempo simultâneo em que alguém se apropria de informações produzidas por outros para construir relações e respostas geradoras de outros conhecimentos: essa mútua modelagem cognitiva cria coesão pública entre indivíduos espalhados em vários pontos privados do planeta. Saber operar com quantidade de informações, comparar, selecionar e relacionar são as operações que desenham o espaço público virtual e se opõem ao cultivo dos hábitos, hierarquias, gestos, falas e narrativas que nortearam a doxa do espaço público espetacular. No espaço público virtual o lema é “sair do casulo”, ou seja, redimem-se “as tiranias da intimidade”, ao mesmo tempo em que se supera a exponibilidade do ver para ser visto.

46

No virtual, a esfera pública é um espaço que não está, mas se processa em desafios reflexivos onde o que importa é estar informado; paradoxalmente, esse hiperdomínio público jamais alcançado pelo espaço físico ou mediado pela imagem eletrônica, parece produzir uma desconstrução das duas modalidades anteriores. Como observa Pierre Levy (1996: 16) o espaço fictício “é exatamente como o real, só lhe falta a existência”, ao contrário, o espaço virtual se opõe não ao real, mas ao atual porque é sua alternativa disponível para a ação capaz de superar a distância que os separa. O virtual é a ante-sala da ação que concretiza a passagem do real ao atual, do privado ao público, do individual ao coletivo, da subjetivação da interioridade à objetivação da exterioridade. Entre estes pólos que permaneciam estanques no espaço cosmopolita, no público virtual “as fronteiras nítidas dão lugar a uma fractalização das repartições” (Levy, 1996: 25).

O espaço público do lugar tradicional tem na doxa, transmitida e mantida pela oralidade, o princípio ético da sua semiosfera. O espaço mediado pela imagem autofágica e comercial é claramente submisso a um interesse programado e sua ética está contida na própria eficiência técnica ficcional. A rede pública de informação do espaço virtual, ao contrário, é dominada pela acessibilidade, transmissão e armazenamento da informação inerente ao veículo digital. Abre-se um novo debate entre o público e o privado, entre

o lugar e o mundo, entre a cidade desconhecida e a cidade planetária porque, mais cedo ou mais tarde, se descobre que os eventos, os espaços e as criações são acessíveis a todos. Reinventa-se o “espaço banal” (Santos, 1996: 258) como novo espaço possível para o desenho do mundo. Se a quantidade de informação é condição indispensável para selecionar, avaliar e escolher entre alternativas e dar qualidade crítica à ação, a tecnologia que caracteriza o espaço público virtual oferece a condição que garante crescentes relações comunicativas entre cidadãos do mundo num espaço público complexo, mas ainda possível de diálogo. Concretizar esse espaço é o desafio do século XXI.

3.4. A reinvenção do espaço público

A multidão nas ruas é consequência das conexões das redes digitais, embora não sejam por elas determinadas. Ao contrário, o espaço é redescoberto como público e auto-assumido, não como cenário de exigências mais ou menos banais, conforme o estopim que lhes deu origem como ocorreu com o movimento “passe livre” nas cidades brasileiras. Ao contrário, o espaço público é ator que se expande no corpo e através do corpo quente, vibrante, úmido da multidão.

Mais que nunca, a multidão é a rede não apenas digital, mas interativa, de homens em ação. No século XXI, o espaço público reencontra sua identidade

47

Mais do que nunca, a multidão é a rede não apenas digital, mas interativa de homens em ação. Chegamos ao século XXI e o espaço público reencontra sua identidade, na medida em que se desfuncionaliza de programas de poder ou de normas que o devem instituir e normatizar seu uso. Chegamos ao século XXI e o espaço público não é mais uma possibilidade virtual, mas tem sua imagem transformada em virtude real que faz com que ele não se situe, pois está em todos os lugares, em todas as praças, em todos os espaços

vagos, em todas as avenidas que têm suas horizontalidades transformadas em circularidades convergentes de vozes, gestos, palavras onde tudo pode acontecer da revolução ao vandalismo, da cidadania ao roubo, da participação à desordem. Ante essa evidência, não sobra espaços para ingenuidades ufanistas, ao contrário e mais do que nunca, o espaço público é aquele disponível para a ação que vai da cidadania ao descontrole emotivo, ético e oportunista. Justamente nesse quadro e submetendo-se às circunstâncias políticas e ideológicas das quais não se pode livrar, o espaço público é, atualmente, a expressão mais genuinamente comunicativa da cidade.

Sem ética a monitorá-lo, esse novíssimo espaço público é ocupado pela multidão que, sem programas e sem classes, parece surgir espontaneamente de todos os lugares, casas, becos, favelas. Chegamos ao século XXI e agora cabe a cada um de nós multiplicar a singularidade de cada corpo ou gesto em multidão com voz e com força para construir seu próprio espaço público interativo e movente de identidades partilhadas. Afinal:

48

Cada vez mais, as pessoas estão organizadas não simplesmente em redes sociais, mas em redes sociais mediadas por computador. Assim, não é a internet que cria um padrão de individualismo em rede, mas seu desenvolvimento que fornece um suporte material apropriado para a difusão do individualismo em rede como a forma dominante de sociabilidade. O individualismo em rede é um padrão social, não um acúmulo de indivíduos isolados” (Castells, 2003: 109).

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mijail. La Cultura Popular em La Edad Media y Renacimiento. Barcelona: Barral, 1974.

BENJAMIN, Walter. A Obra de Arte na Época das Suas Técnicas de Reprodução. São Paulo. Pensadores/Abril Cultural, 1975.

CASTELLS, Manuel. A Galaxia da Internet Reflexões sobre a Internet, os Negócios e a Sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

DEBORD, Guy. A Sociedade do Espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GAGNEBIN, Jeanne Marie. “Não Contar Mais” em História e Narração em Walter Benjamin. São Paulo: Perspectiva/Fapesp, 1994.

JACOBS, Jane. Morte e Vida das Grandes Cidades. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

LÉVY, Pierre. O que é o Virtual. São Paulo: Ed. 34, 1996.

49

SENNETT, Richard. O Declínio do Homem Público. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

THOMPSON, John. A Mídia e a Modernidade- Uma Teoria Social da Mídia. Petrópolis: Vozes. 2002.

VIRILIO, Paul. O Espaço Crítico. São Paulo: Ed. 34, 1993.

Em versão inicial e com o nome *Comunicação e Cultura: publicar e deslocar*, este trabalho foi apresentado na XII Compós (Recife, Junho de 2003, Grupo de Trabalho Comunicação e Cultura).



ENQUANTO A CIDADE DORME¹

Por Josep M. Català Domènech
Tradução: José Geraldo de Oliveira

*Esta casa no es lo que era,
compasivamente, en la noche,
Sigue acunándonos.*

José Hierro

51

1. Hiper-realidade

A cidade é a grande imagem moderna, a imagem hiperreal. Foi-se a imagem metafísica do Estado, a imagem gráfica da nação. Uma se reconhece nas leis, a outra nos mapas. Mas ninguém consegue reconciliar-se com elas, a não ser em comemorações, quando ganha uma guerra ou um torneio. No resto do ano só fica a cidade. A cidade está se convertendo em um lugar inóspito. Isso se pode verificar em alguns países industrializados e na maioria dos pós-industrializados, mas se concretiza no que é o espelho do mundo: a América do Norte. A Memphis aonde chegam os dois japoneses de *Mystery Train* [1] é o símbolo de uma cidade feroz, que lentamente se transformou num grande vazio, habitado por dois tipos de marginalizados [2]; um que carece de moradia num sistema que nega exatamente essa necessidade [3], e outro o marginalizado da imaginação, ou seja, aqueles que não têm mais remédio a

¹ Extraído do livro *La violación de la mirada. La imagen entre el ojo y el espejo*. Madrid: Fundesco, 1993.

não ser transitar pela velha carcaça em que a cidade superdesenvolvida se tornou. Essas duas espécies entopem o centro das cidades, uns jogados nas calçadas, exibindo desavergonhadamente as pegadas de um outro mundo distante, os outros escorregando sobre seus sonhos cristalinos, de viagem entre a imunidade sepulcral de dois edifícios.

A cidade é hoje [4] decrépita como a Estátua da Liberdade que aparece no final do filme *Planeta dos Macacos* [5], uma derrotada alegoria que emerge por entre os verdes “entramado” de uma paisagem exuberante e fora de controle. Mas o centro da alegoria não é tanto a estátua como essa natureza atrevida que parece querer vingar, com sua fúria verde, antigas afrontas. Pretendem ser dois pontos de referência muito claros: a cidade como forma e artificialidade; a natureza como espontaneidade e liberdade. Formam decididamente um conjunto de coordenadas, mas sua clareza, como veremos, é mais do que questionável.

52

Em algumas cidades mediterrâneas (e, claro, na maioria das chamadas de Terceiro Mundo e agora englobadas na da categoria de Sul [6]), as ruas ainda estão vivas. O espaço urbano, nelas, não perdeu ainda sua qualidade dramática, sua condição de cena. Em 1931, King Vidor realizou um filme sobre Nova York e deu o título de *Street Scene (No Turbilhão da Metrópole)*, pois era nas ruas onde a cidade existia e onde os habitantes adquiriam a condição de cidadãos. Nas ruas ainda podia-se viver. Longe o dia em que o asfalto se converteria em selvas e mais distante ainda o momento em que a selva se esvaneceria no hiperespaço pos-moderno, um hiperespaço capaz de conectar sem trauma os diferentes níveis de existência que no mundo industrializado se dividem entre os compartimentos fixos da casa, do trabalho e da loja.

Na maioria das cidades que ainda estão vivas, a vida começa na porta da casa, ao contrário das cidades pós-modernas, nas quais o que começa na porta da casa é a morte. A casa nas “cidades-vida” não é mais um lugar de referência, um lugar a que se regressa em busca de repouso e comida, o porto onde repousa o marinheiro depois de cada travessia. A casa, o lar, ainda que pareça um paradoxo, não é nestes lugares pre-industrializados ou simplesmente industrializados, mas nunca pós-industrializados – o local

mais adequado para viver [7]. Aqueles que, por causa de alguma enfermidade, ou qualquer outra razão, são forçados a permanecer em casa falam que estão enterrados em vida, ou seja, praticamente mortos. E a verdade é que somente os doentes, os velhos e... as mulheres ficam em casa, ou seja, três categorias a que tradicionalmente a sociedade patriarcal nega o direito a uma vida plena de significados. As mulheres para conquistar esse direito tiveram que sair de casa, como qualquer jovem herói e não como uma heroína – seja da literatura ou dos filmes – que teve a intenção de realizar alguma façanha ou simplesmente viver a vida.

Uma vez que no mundo pós-moderno a vida é imaginária, não é preciso deixar a casa para viver plenamente. Na pós-modernidade, deixar a casa se não for para ir a outra casa, a outro edifício, tem cada vez menos sentido [8]. A existência acontece literalmente nos edifícios: seja por estar no seu interior, enquanto a viagem de um a outro se experimenta como aventura, como anteriormente, mas se trata de uma aventura desprovida do valor ontológico. Não é qualquer um que se sente realizado saindo de casa, mas, pelo contrário, só em seu interior adquirem algum sentido as experiências que de algum modo tiveram fora. O espaço existente entre os edifícios, entre a casa, o lugar de trabalho e do ócio [9] é uma paisagem incontrolável, um território que escapa, ou parece escapar do controle que a imagem exerce em outros âmbitos [10]. A casa, o lugar de trabalho e o de ócio são os pontos limite de um jogo de coordenadas cuja confluência determina a posição do imaginário, um imaginário cuja localização coincide com a cidade.

A cidade, o espaço urbano, era tradicionalmente considerado aquele que não era a casa ou parte de um edifício. A cidade costumava estar fora, ser literalmente o exterior. Mas o exterior não é mais o fora, agora está dentro. A televisão colocou o mundo ao contrário. Podemos dar razão a Moles quando ele afirma que “para o habitante, o mundo se estabelece a partir da sua casa e não sua casa a partir do mundo” [11], se entendermos como mundo, não a realidade física nem a exterioridade espacial, mas como a projeção do Eu através do inconsciente. Para experimentar a realidade não é preciso sair às ruas: basta ficar em casa assistindo à televisão. Uma pessoa pode andar pelas ruas durante 24 horas seguidas sem

que nada especialmente significativo aconteça, mas em meia hora zapeando os canais de televisão, estes fornecem emoções suficientes para um mês. Assim as janelas das casas agora dão para o interior, uma vez que o antigo interior converteu-se atualmente no novo exterior. Essas janelas dão para um lugar vazio e oco, um lugar tão carente de significado como pode ser o nosso inconsciente se tentamos imaginá-lo visualmente, isto é, se tentarmos vê-lo. A fonte da imaginação, ou seja, o inconsciente, não pode ser alcançado por meio da mesma imaginação, não pode ser visto diretamente; A imaginação só pode ser produzida, mas não experimentada: é como um músico surdo, por mais música que componha, nunca conseguirá realmente ouvi-la. Pelo contrário, à localização do imaginário moderno, ou seja, à cidade, a esse exterior-interior, não há outra forma de abordar, a não ser mediante a imaginação mesma, ou seja, entre nós, a televisão e a imagem [12].

54

Na segunda década do século XX, a aventura, o desenvolvimento do sentir-se vivo, foi deslocado do seu lugar notório para lugares exóticos da cidade. Os dramas ou melodramas urbanos de Balzac, Flaubert, Zola, Dostoiévski e os de Dickens haviam sido entendidos, meio século antes, como o exato oposto dos romances de aventura de Alexandre Dumas ou Júlio Verne. Naquele momento, a aventura não se transferia para a cidade, mas dela se afastava, cada vez mais longe, até o Amazonas ou o centro da terra, ou mesmo ao passado, à França de Luis XV. Na cidade se instalava, pelo contrário, a realidade. Os dramas eram citadinos, as aventuras exóticas, talvez porque o crescimento dos espaços urbanos era percebido como um distanciamento de uma natureza que se constituía por excelência o local da aventura. Mas essa aventura jogada para fora da porta a golpes de um projeto urbanístico logo começou a se infiltrar sigilosamente pela janela. Nos folhetins de Eugène Sue e de Louis Feuillade, a cidade se torna uma selva onde não faltam aranhas e serpentes. E se por um lado, o *Ulisses* de Joyce é uma estrita intertextualização de uma antiga saga de aventura – a epopeia de Odisseu – sobre a moderna paisagem de Dublin, o romance de aventuras de ficção científica de H. G. Wells é especificamente urbano: seus heróis viajam a cidades de um futuro distante enquanto as cidades do presente estão sob ataques de inimigos ex-

traterrestres. Mas a cidade, a cidade industrial, é de todas as formas o centro do mundo [13].

Do mesmo modo, Kafka é um escritor que não pode ser entendido em outro ambiente que não o da cidade moderna: os pesadelos burocráticos de Joseph K são tipicamente urbanos. Os livros de Kafka são, de toda forma, algo mais que isto, e Orson Welles entendeu isso à perfeição quando adaptou *O Processo* para a tela: ele localizou a maioria das cenas no interior, numa espécie de labirintos intermináveis de corredores e de habitações sombrias. Por outro lado, numa das obras mais alegóricas desse escritor essencialmente alegórico, *O Castelo*, o protagonista tenta durante todo o texto entrar em um castelo, mas a abertura das portas é sempre negada. A narrativa de Kafka é urbana, mas localizada nos limites da paisagem urbana, uma paisagem não é contígua com o campo, mas com a porta da casa [14]. Estas portas do lar, a que finalmente

retorna o filho pródigo, não poderia ser outra que o perfeito reverso daquelas portas que, segundo o ditado espanhol, não se pode colocar no campo. A literatura foi cronista dessas peregrinações: desde *Don Quixote*, lutando contra sonhos pelos campos de Castela, até K tentando entrar no castelo para fugir dos pesadelos urba-

nos. Mas, uma vez dentro da casa, não terminam os problemas. *Malpertuis*, o romance fantástico de Jean Ray, acontece inteiramente no interior de uma enigmática mansão onde os deuses do Olimpo convertidos em sombras fantasmagóricas, atormentam imperturbáveis. O protagonista de *I am legend (Eu sou a lenda)*, de Richard Matheson, deve se proteger (como os sitiados de *The night of living dead*, de George Romero) no interior da casa para defender-se de uma humanidade transformada em vampiros. Só no final ele se dá conta de que, pelos imperativos da lógica, o monstro, a

*A narrativa de Kafka
é urbana, mas localizada
nos limites da paisagem
urbana, uma paisagem
que não é contígua
com o campo,
mas com a porta da casa*

lenda, é ele mesmo, e não a maioria (os vampiros) que se tornaram a normalidade. Se o romance gótico povoou de fantasmas as mansões e castelos, a modernidade os expulsa para fora e torna a casa um santuário. É interessante descobrir que o pobre Samsa de *A metamorfose* se liberta da sua recém-adquirida condição de barata voando através de uma janela aberta. Ou seja, não se liberta do novo aspecto, mas da casa onde sua nova condição monstruosa era intolerável. Tendo Samsa se transformado em parte do imaginário, a casa não pode mais acolhê-lo. Portanto não é de estranhar que sua família o ignore: se já existisse a televisão, ninguém haveria reparado em sua mutação até que uma notícia no telejornal informasse da horrível transformação. A casa é o último reduto da antiga realidade, nela sobrevivem os últimos suspiros de um senso comum que antigamente foi patrimônio dos mais apegados à terra, os agricultores. E com o real, refugia-se na casa a natureza, infiltrada por meio dos produtos alimentícios – arroz integral, ovos orgânicos, verdura sem agrotóxicos – e no vestuário de roupas de algodão, lã virgem ou seda natural. É através de mecanismos como estes que o interior torna-se exterior e o imaginário se sedimenta no exterior. Jean Cocteau dizia que “as verdadeiras aventuras são internas”, e é a esse interior, a esse inconsciente que se abrem as janelas das casas, enquanto a televisão vem suprir a antiga missão de olhar para o exterior. Se o espaço da casa é a sede do real (da velha realidade sólida e estável) e pelas janelas se olha para dentro, para os medos e as fobias, a janela da televisão nos dá a imagem de uma exterioridade que falta, mas que coincide, ao contrário, com a interioridade que vemos fora da casa. E o que vemos na televisão, nos anúncios e telefilmes, em festivais e jornais diários, confirma que a paisagem interna que anunciam nossas janelas e que se prolonga por meio da cidade até o resto do mundo convertido cada vez mais em hipotético [15]: uma articulação onírica que só pode corresponder ao território de nosso inconsciente.

Já mencionei a extraordinária capacidade que a obra de Philip K. Dick possui para alegorizar, através de suas fantasias paranóides, a realidade mais estritamente contemporânea, ou seja, uma realidade que pertence mais a nós que ao próprio escritor, que soube como ninguém ser profeta em sua própria terra. Morreu em 1982,

o que, como vão as coisas, é quase a pré-história, e a fenomenologia que destila dos seus textos não é nem mais nem menos que um pressentimento. No seu último romance, *A invasão divina*, publicado no ano de sua morte, o protagonista Sam Asher, “apesar de estar morto e em suspensão crônica, tinha alguns problemas”. Durante essa morte em suspenso, Asher sonha que continua vivo e que está instalado em um habitáculo semisférico, enterrado no solo marciano. Nesta espécie de cápsula, passa horas escutando música da sua cantora favorita de rock, uma certa Linda Fox, que esconde, segundo quem conviveu com o escritor, a verdadeira Linda Ronstadt. Asher tem horror de sair de sua casa que está selada, literalmente uma tumba. E todo o contato com o exterior é feito através da multifacetada parafernália eletrônica que povoa a casa. Esse Sigfried futurista ignora em seu sonho mortal que parte da informação que recebe graças aos virtuosos aparelhos não é mais que emissões residuais de seu enclausurado inconsciente, e que outra quantidade de sinais, que chegam especialmente por uma forma insidiosa da reprodução da música do *Violinista no telhado*, se deve a interferências de uma certa emissora real, situada perto do local em que seu corpo se encontra hibernado.

57

O futuro de Dick é nosso presente ou pelo menos, a alegoria do nosso presente. Deu-se um passo a mais na acentuação do fenômeno antes especificado: uma vez que as pessoas estão enfiadas em suas casas (lembramos de passagem da moda do *cocooning*), o problema é como saem delas, quem as tira e com que pretexto. Talvez devêssemos recorrer à Proust para encontrar uma resposta. Na sua longa obra, por meio da qual o escritor vai em busca do tempo (e espaço) perdido, Proust, sentado na cama – entre o sonho e a vigília plenos, talvez imerso na hiper-realidade da pura hipnagogia (sono induzido) –, mistura memória e imaginação para reconstruir o mais requintado ambiente urbano que se pode encontrar na literatura. Neste sentido, Proust é nosso contemporâneo, inclusive um contemporâneo desse improvável futuro (porque ele já se fez presente) de Philip K. Dick. Ambos concordam que a única saída possível é por meio da imaginação. Vale lembrar que imaginação, *stricto sensu*, significa colocar em imagens. Pode ser lugar comum conciliar esse aprisionamento na casa como um

retorno ao útero materno, por mais que todos os indícios estejam a favor desta interpretação. Se repassarmos a iconografia de Dick, as vãs tentativas do personagem de Kafka em entrar no interior do castelo, a mesma reclusão de Proust a partir do qual imagina um exterior delirante, tudo nos leva de volta às origens. Um regresso que deixa para trás não a realidade, mas a imagem desta realidade.

O cinema e a televisão parece terem sido os meios que mais acertadamente expressaram o fenômeno do espaço urbano como local de aventura, fenômeno este, como já disse, que originou posteriormente a transferência da cidade para a energia do imaginário. E foram esses meios os encarregados de expressá-lo e produzi-lo, até por tratar-se de meios audiovisuais, entre cujas missões a de centrar a imaginação mais livre da novela não foi a de importância menor.

58

Deixando de lado o gesto nostálgico do *Western* (que de certo modo pode ser considerado como uma crônica, mais ou menos fantástica, da urbanização dos Estados Unidos) ou os ruídos neoecológicos de *Tarzan* (que como o seu precursor *Robinson Crusoe*, canta mais as vantagens da civilização do que as virtudes da natureza) e outras aventuras selvaíticas para os amantes de safáris organizados, a verdade é que o cinema (e por acréscimo a televisão) são, em termo de narrativa, dois meios urbanos por excelência. A aventura urbana alcança o seu ápice nos filmes de gângster e no chamado cinema noir [16], enquanto que o melodrama e sua posterior seguidora, a *soap opera* (a conhecida novela), apontam, sem deixar de ser urbanos, a posterior reclusão da realidade na casa. A cidade violenta e primitiva dos gângsteres torna-se romântica nos anos 40 com o cinema noir, o verdadeiro auge da aventura urbana. Nela, a geometria das ruas torna-se onírica, adquire em definitivo sua auréola imaginária; são ruas que refletem mais nossos sonhos do que a realidade física, que gradualmente desaparece no mesmo ritmo em que as famílias abandonam o *downtown* (o centro da cidade) para espalhar-se pelo lânguido e idílico subúrbio. Na cidade ficam as sombras e as esquinas, uma rua molhada pela chuva invisível e um cigarro na obscuridade.

Uma vez que essa transferência física e psicológica se complete, a cidade, ausente de classe média, regressará repentinamente a

sua primitiva violência, mas desta vez não serão os gângsters, esses ingênuos selvagens, seus portadores, nem serão os detetives particulares, tão distantes da lei como do sucesso, os que protagonizarão a aventura, mas sim os policiais. A partir dos meados dos anos 1960, a aventura urbana se burocratiza, passa do setor privado ao estatal, é uma aventura controlada, de uniforme. A polícia se converteu em paradigma da individualidade, e será tudo, daí pela

A partir de meados dos anos 1960, a aventura urbana se burocratiza e passa do setor privado para o estatal: é uma aventura controlada, de uniforme

frente: aventureiro, fora da lei, gângster, romântico, louco, apaixonado, assassino... Um desejo de acumulação que só se explica se há por trás um projeto monopolizador de certa ética da liberdade [17]. A aventura, não por causa desse monopólio, ficará sem conteúdo, mas sim impossível por ter deixado de ser civil. E como foi institucionalizada, com o fato de colocar um uniforme nos aventureiros e entregar-lhes um regulamento, não é de estranhar que essa aventura se afaste ainda mais da realidade e se embrenhe nas zonas mais profundas do imaginário. Antes, a aventura, embora imaginária, conservava certo vínculo com a realidade, pois não era completamente irracional contemplar a possibilidade de tornar válidas as próprias fantasias ou as que outros colocaram à venda; ainda era possível acreditar que um dia se desceria o Amazonas num tronco ou que se roubaria um banco com uma metralhadora em punho. Mas no momento que se cria um ministério da aventura – no momento em que se glamouriza a direção geral da segurança correspondente –, as andanças deixam de ser fonte de identificação direta e se convertem em uma tarefa abandonada às mãos do Estado. Neste momento, a personalidade do espectador deixa de ser ativa e se torna receptiva: as aventuras definitivamente de outros os modelam em sua passividade, em lugar de ser a sua atividade a que seja motivada por elas, como antes.

Pouco a pouco o espaço urbano irá recuperando o onírico do cinema noir dos anos 40, através de filmes como *Blade Runner* ou as duas sequências de *Alien* [18], mas sem abandonar por nenhum momento a égide dos uniformes: um velho policial em um caso, os fuzileiros navais do futuro, nos outros dois, serão os heróis das novas aventuras pelo inconsciente.

O protagonismo da cidade nas telas tinha uma conexão lógica com a proliferação de câmera de cinema e televisão pelas ruas. As câmeras de cinema não faziam mais que continuar no seu antigo ofício de processador da realidade para convertê-la em imagens, mas com a chegada da televisão e, sobretudo, das câmeras portáteis de vídeo, essa função se institucionaliza. Em meados dos anos 1970, a presença do olho da câmera patrulhando as ruas converteu-se em um elemento a mais do urbanismo imaginário. A câmera já não se dedica apenas a absorver os componentes urbanos enquanto elementos imparciais de uma paisagem (os filmes de Pasolini), mas seus olhos patrulham a cidade em busca de acontecimentos, do pré-filme entendido como uma realidade comprometida.

60

Essa velha e utópica aspiração de André Bazin, tampouco chega a cumprir-se agora, quando as câmeras de televisão, graças à sua onipresença, parecem estar preparadas para captar sem limites a própria realidade, no mais puro momento de sua gênese. Esta já perdeu todo o seu realismo que desapareceu sob a invasão do imaginário: as atuações policiais, os distúrbios de rua, os incêndios, tudo tem o aspecto de um filme ou, melhor dizendo, o tenso contraído elementarismo de um telefilme. A partir desse momento, a realidade – essa realidade imaginária, vinda da antiga realidade física – não será outra coisa que um produto das câmeras. Sabem disso tantos os chamados terroristas como os agentes do Estado: tudo o que é se realiza por meio da televisão. Fazem vídeos de reféns ou prisioneiros de guerra, programam discursos para o horário nobre e, finalmente, executam inclusive uma guerra segundo os cânones televisivos. Na Guerra do Golfo, inclusive, tentaram controlar o fluxo de imagem – não a própria realidade primária, mas a substituição da sua aparência – mediante a superposição de outro fluxo esteticamente mais elaborado e de caráter claramente fetichista: as armas e as tecnologias. Fica em evidência não só a

centralidade da imagem na articulação do mundo contemporâneo, mas também a facilidade de sua manipulação através de camadas sucessivas de imaginação. O pseudo-acontecimento descrito por Daniel Boorstin nos anos 60 [19] se tornou não apenas uma regra, mas na própria realidade por excelência. A falsificação no mundo dos falsários adquire o valor de um original.

A pseudo-realidade mais genuína se produz nas cidades. Mas exibindo sua condição mais falsa, nem sequer acontece nas ruas, mudou o seu teatro de operações para usar um termo militar da moda – a tela da televisão. O acontecimento pode ocorrer – segundo o antigo significado do verbo –, na rua, mas como esse momento carece de importância, não se pode considerar ainda a sua existência; é um projeto de notícia que não alcançará toda a sua plenitude até que apareça na tela da televisão de todos e em cada um dos lares. Está é exatamente a melhor prova de que a realidade se esfumaça, perde valor, diante da imagem. O “acontecer” não se percebe de imediato, senão quando está mediado, elaborado: o acontecimento deixou de ser um fenômeno temporal e tornou-se, desta maneira, em espacial. O que ocorre no exterior convertido em interior é o pseudo-acontecimento que através da tela se realiza e alcança a categoria de acontecimento pleno. Isto significa que o real é alcançado precisamente por meio do irreal, do imaginário. Percebe-se como verdade exatamente aquilo que mais cara tem de falso [20], e é nesse paradoxo que reside um dos fundamentos da quebra da moral contemporânea, quebra produzida através, e por causa, da imagem.

A pseudo-realidade mais genuína se produz na cidade, exibindo sua condição mais falsa: não acontece na rua, mudou seu teatro de operações para a tela da TV

61

2. O turista accidental

Entre a metade dos anos 60 até metade dos anos 70, as cidades, especialmente as americanas e tantas outras ao redor do mun-

do, deixaram de ser o “locus” da existência, da vida cotidiana: suas ruas, nesse contexto, viram-se “povoadas” por turistas. Por excelência, os turistas são os viajantes do imaginário, pois não buscam a cidade para viver ou trabalhar nelas, nem realizar negócios como os comerciantes, ou como anteriormente fizeram os camponeses. Os turistas buscam a cidade para entrar em contato com a imagem. O ponto culminante da história, no momento de transferência da imagem, produziu os viajantes do tempo, românticos perseguidores de uma realidade física perdida no passado ou em busca obsessiva de sua confirmação no futuro. Mas a época em que a essência do real se assenta definitivamente na imagem produz um outro tipo de viajante: o turista. Os turistas só conhecem os lugares que irão visitar mediante as imagens oferecidas a eles, imagens feitas pelas agências – estatais ou privadas – ou por turistas anteriores que deixaram registros de suas viagens através de postais, filmes e gravação de vídeo [21]. E o que estas imagens contam não se refere somente à cidade, mas também ao sentido de aventura que as cidades mais próximas ao turista, por exemplo, sua própria cidade – parecem haver perdido.

Os turistas vagam pelas cidades do mundo em busca, como os antigos viajantes do tempo, de uma realidade perdida. Mas nesse caso, não é uma realidade histórica, mas imaginária, uma realidade que supõem escondida atrás das imagens que contemplaram, mas que na verdade não existem, pois, como indica Baudrillard, agora “é o mapa quem gera o território” [22]. O mapa confeccionado pelas imagens cria ao mesmo tempo os parâmetros de um território imaginário e o sentimento de nostalgia com relação ao mesmo. Mas a meta dos turistas não parece ser a de viver uma aventura na realidade – uma aventura real –, mas a de filmá-la, fotografá-la ou gravar a imagem real do lugar que visitam, aquele que até este momento foi vista apenas por meio de imagens secundárias: cartazes publicitários, folhetos, cinema, televisão etc. Se estabelece assim uma dicotomia entre a imagem da cidade que os turistas de um tour organizado, os chamados de prazer [23], veem desfilar 3diante de seus olhos, uma imagem cuja pretexto realidade física suas câmeras se apressam em registrar, e as outras imagens que anteriormente eles viram na televisão ou nas revistas.

De certa forma, esta oposição é só aparente, uma sensação induzida pela indústria do turismo, pois o que o turista vê, ou pelo menos aquele que é capaz de reconhecer, não é mais do que a repetição daquelas imagens secundárias (que agora se convertem em primárias) contempladas anteriormente, como testemunham as fotos e vídeos obtidos durante essas viagens, os quais acostumam captar – repetir – os lugares típicos e tópicos, sob uma estética e uns pontos de vista que instintivamente procuram aproximar daqueles a partir dos quais as imagens geradoras foram em seu momento construídas. Desta forma, o mundo inteiro acaba se transformando em uma monumental disneylândia onde as coisas – os monumentos, os edifícios, as cidades, as paisagens – se convertem em sua própria atração com o valor agregado de um aparente realismo.

Em qualquer caso, o turista experimenta realmente esta diversificação da realidade, sua divisão em vários níveis. Mas esta sensação não é percebida apenas pelo novo viajante que vai a lugares distantes, mas também por aqueles que todas as noites assistem na televisão, como se fosse pela primeira vez, a imagem dos lugares que durante o dia percorreram fisicamente sem dar-se conta. Quando o telespectador contempla de novo o centro da cidade pela televisão e o descobre alterado talvez pela presença dos carros de polícia com suas luzes piscando numa atividade nervosa, possivelmente por causa de algum roubo ou acidente, de imediato se manifesta a sensação de que aquela é a cidade real. É como contemplar um sonho, um sonho pessoal, pela televisão [24]. Pela manhã, quando os cidadãos vão às ruas para ir às compras, ao banco ou ao trabalho, nunca têm essa mesma sensação. A realidade física carece de atrativo. O que acontece, então, se cada noite, diante da televisão, se tem a mesma sensação de que se perdeu alguma coisa importante, de que a realidade se manifestou de novo quando não se estava presente, e quando corre pela manhã para buscá-la, encontra uma versão descolorida das vibrantes imagens noturnas? Frustração, é isto o que ocorre. Acumula-se frustração que logo se transforma na necessidade de consumir realidade.

Na manhã seguinte, como turistas em sua própria cidade, os telespectadores, agora convertidos em cidadãos ativos, buscarão recuperar o sentido de realidade experimentado na noite anterior

quando assistia à televisão, mas, repito, será em vão; a aura terá desaparecido. Inclusive se algo acontecer enquanto estiverem ali, algo que, ao ser contemplado na televisão, adquiriria a plenitude da imagem e tornaria real aquele pedaço de irrealidade que é o espaço urbano físico, a primeira coisa de que esses espectadores sentirão falta será de uma câmera, uma câmera própria com que possam captar o momento. Sentirão a urgência não de ver o que acontece e sim de gravar, de reter em uma imagem, pois é somente através da imagem do acontecimento que serão capazes de conectá-lo com a experiência. Deixamos para a máquina a função de ver, pois precisamos re-ver. Ver através de outro olhar.

64

A função de ver está agora dividida em duas partes: uma mecânica e, portanto, inconsciente – objetiva –, que corresponde à máquina e constitui o equivalente da função mecânica da vista; e outra, intimamente ligada à consciência, mas não desligada completamente da máquina que, neste nível, passa a ser produtora de imagem, e que se recebe como recordação: trata-se do re-ver. A realidade, ou a sensação de realidade, através das imagens, é experimentada como recordação. Para que a máquina seja realmente capaz de ver, é preciso que recordemos através dela. Neste momento, nossos olhos e os olhos eletrônicos da máquina se fundem em um olhar cyborg (a confluência da consciência – num sentido amplo do Eu, que inclui também o inconsciente – e a técnica que constitui a imagem) no qual confluem, por um lado uma possível realidade e, por outro, os elementos de nossa memória enraizados no inconsciente.

É impossível captar diretamente essa sensação de realidade que o vídeo oferece, essa presença imaginária. Nem sequer quando se busca a imagem da cidade mediante o turismo ou inclusive quando se pretende escapar por um momento da imagem, acreditando ingenuamente que fora dela ainda exista algo. A cidade não só tem um lugar no imaginário, como é o imaginário. E durante o processo que vai desde a conversão do mundo em imagens à organização destas imagens em complicadas estruturas cujos mecanismos originam e limitam o espaço do real, nossa memória sofre um processo de clonagem. Esse processo rasga nossa memória: uma parte permanente ainda em nossa mente, enquanto a outra se mo-

vimenta para fora dela, materializada pelas imagens. Ao mesmo tempo, uma parte de nosso inconsciente, ligada a estas imagens, se reúne com aquele setor de nossa memória que se exteriorizou [25]. Uma fração da mente (ou, melhor dizendo, a imagem de sua totalidade resultado da clonagem mencionada) se converte, pois, em parte de uma natureza que já faz tempo está submetida a processos de engenharia – física nuclear, genética, cirúrgica etc. Nossas duas mentes, a externa e a interna, são como dois espelhos situados um em frente ao outro. Em tal estado, nossa consciência passa a ser susceptível de uma relativamente fácil manipulação [26].

3. O mundo do silêncio

A clonagem da mente, sua divisão em duas faces idênticas e em desacordo, das quais a externa, naturalizada, constitui o fantasma da interna ou mental, serve de antessala a um conjunto de fenômenos que circulam ao seu redor. Entre eles não é o menos interessante aquele que dá conta do gradual processo de artificialização que vem sofrendo a natureza, ao mesmo tempo em que a cidade, seu contrário, percebe-se cada vez mais como o meio natural por excelência. O controle da natureza, que chegou a limites inconcebíveis, foi alcançado por meio de uma crescente fragmentação da mesma.

A natureza, reduzida a pedaços cada vez menores – genes, partículas subatômicas etc. –, perde substancialidade e começa a ser percebida como artificial ou, melhor dizendo, como uma seção a mais da tecnologia, porque é precisamente a técnica, o artificial, aquilo que se experimenta como natural. Trata-se de um

processo regido, como vemos, por uma recíproca retroalimentação que dá lugar a um círculo (circuito) fechado: a técnica, prepotente e globalizadora, ocupa na nossa imaginação o lugar da antiga natu-

65

*Nossas duas mentes
(externa e interna),
são dois espelhos,
um em frente ao outro.
Nossa consciência passa
a ser susceptível de uma
fácil manipulação*

reza e esta vem sendo relegada à posição que antes nela ocupava o conceito de artificialidade. Quanto mais natural se percebe, por exemplo, a artificialidade do espaço urbano, menos natural se experimenta o que de não artificial resta à natureza, que é aquela parte virgem da mesma (cada vez mais minguada, diga-se, devido à pressão das cidades). Um exemplo concreto, já mencionado: o natural se converteu hoje num produto de consumo, preferencialmente nos núcleos urbanos. Os *yuppies* são os mais naturalistas, não os camponeses.

66

Devido às características do moderno ciclo de produção massiva de alimentos, os produtos chamados naturais, destinados ao consumo de certas elites cidadinas, devem, para adquirir sua dose extra de naturalismo, sofrer uma assistência técnica muito mais intensa do que os demais produtos destinados ao consumo do resto da população. Quando se deixa crescer os cultivos de forma mais ou menos aleatória – natural –, é preciso protegê-los das pragas com o uso de pesticidas [27], mas essa prática acontece de forma generalizada e nada científica: a natureza resiste a este banho, como pode chegar a resistir a geadas ou a furacões; é uma prova de sua força. Caso se pretenda cultivar produtos puros [28], é necessário um cuidado extremo, aplicando, de forma quase individualizada, todos os conhecimentos da horticultura, caso contrário, morrem ou se tornam invendáveis: é preciso isolá-los da natureza, em síntese. Encontramos, assim, com o paradoxo de que nas grandes cidades é possível conseguir produtos mais naturais do que no campo.

Essa naturalidade, esta pureza, foi alcançada, sem dúvida, devido a procedimentos altamente técnicos [29]. No meio rural, entretanto, embora parte dos produtos que os agricultores consomem venham de produção própria, a maioria deles é obtida nas lojas ou supermercados. Esses alimentos foram processados como os vendidos nos mercados de elite das grandes cidades, mas com técnicas distintas das utilizadas em produtos ditos naturais; nada que os novos teólogos do naturalismo considerem naturais. Constituem, de fato, um resíduo da artificialidade que foi expulsa das cidades [30] e que ainda tem aceitação na mentalidade rural. De fato, trinta ou quarenta anos atrás, o artificial ainda conservava no ocidente um alto prestígio, que agora só se mantém em zonas ru-

rais mais atrasadas ou no terceiro mundo. Nos vilarejos, no entanto, se pensa na cidade quando se faz referência a produtos verdadeiramente naturais: sabem que essa pureza é um progresso que eles ainda não alcançaram. Na cidade, ao contrário, se considera que é uma idílica e inexistente natureza a provedora de uns produtos que, se existem, é graças a que parte da indústria se preocupou em manufaturar, de lhes conferir a pureza natural suficiente para serem aceitos. O jogo semântico, com relação aos conceitos de natural e artificial, é, como se vê, altamente complexo, uma complexidade que caracteriza o universo relativista da imagem.

A velha natureza, agora artificial, já não é percebida como selvagem (ou inimiga, do modo como foi no paradigma burguês), mas sim como um lugar limpo e asséptico que se deve manter a qualquer custo nessas condições [31]. Na cidade, pelo contrário, se acumula o lixo. O problema da limpeza das cidades se encontra num nível diferente do da eliminação desses resíduos: um é de natureza cotidiana, o outro alcança níveis cósmicos. Na maioria dos Estados Unidos, a coleta do lixo acontece uma vez por semana, mas isso não provoca nenhuma polêmica, ao contrário do que acontece com a poluição dos rios ou o depósito de lixo no campo [32]. A cidade, convertida, por meio da imaginação, em depósito de uma velha e decrépita realidade, tornou-se o jazigo do cadáver da natureza arcaica. Além disso, no momento em que a natureza quer ser tão natural tem de recorrer ao artificial para atingir a meta. O que é mais natural do que a acumulação casual dos detritos urbanos? Os parques chamados de naturais são aqueles em que as brigadas de limpeza e vigilância cumprem o seu trabalho de forma mais estrita e contudente que em qualquer cidade. Harlem ou Manhattan são mais naturais do que Yellowstone ou o Parque das Sequoias.

A ecologia tornou-se a verdadeira ciência posmoderna, a partir do momento em que a relação entre a existência e o ambiente se estabelece através de imagens. Já não se pode seguir falando da natureza, mas de uma imagem da natureza, uma imagem em que o tempo se deteve e em que não existe mais – e nem deve existir – mudanças [33]. A poluição, equivalente ao termo médio da teoria da comunicação, é o elemento que pode introduzir o caos dentro do sistema natural, e as imagens odeiam o caos com o mesmo furor

com que a antiga natureza tinha horror ao vazio. As imagens defendem-se do caos mediante o perímetro ou moldura que as encerra, da mesma forma que uma célula está isolada do seu entorno por uma membrana. De fato, é a membrana que define a célula, impedindo-a de se confundir com o caótico entorno; da mesma forma, a imagem vem definida por sua moldura (que pode ser real ou virtual), sem a qual os seus elementos se fundiriam em um magma sem significado.

68

O fato de que a ecologia começasse a enraizar na imaginação coletiva a partir do momento em que a imagem de nosso planeta pôde ser vista na tela da televisão não deixa de ser sugestivo [34]. Tratava-se do definitivo processo de sutura [35]: a impressão que produziu na sociedade ocidental o conceito da humanidade contemplando-se, pela primeira vez, a si mesma como entidade objetiva – o contraplano absoluto e definitivo depois de tantos planos –, vista em uma só direção, deu o golpe de misericórdia na realidade. Até aquele momento, havíamos estado imersos na natureza, lutando para encontrar uma saída de sua terrível prisão [36], mas incapazes ainda de poder imaginar a liberação. No momento em que as telas de nossos televisores nos mostraram as imagens desse planeta azul suspenso no espaço e nos identificaram com o nosso planeta, no momento em que todas as representações geográficas e cosmológicas se resumiram pela primeira vez na objetividade desse globo azulado, distante e indiferente, nesse momento a humanidade se sentiu liberada, deixou de ser prisioneira de conceitos metafísicos e atravessou o espelho da imagem para instalar-se definitivamente do outro lado.

Essa mudança foi como um processo de purificação, uma anulação do pecado original. Por outro lado, que poderíamos esperar do Jardim do Éden em seu estado original, antes que a árvore da ciência sofresse a profanação da nossa ânsia de conhecimento? Foi um retorno às míticas origens que não fazíamos na condição de precários inquilinos de um jardim alugado, que regressavam a seu domicílio sob alguma ordem judicial, mas pelo contrário, voltávamos triunfantes, agora convertidos em guardiães definitivos de um jardim herdado. Regressávamos literalmente como jardineiros [37].

A humanidade, expulsa do paraíso terrestre pela fúria divina, regressaria convertida no mesmíssimo olho de Deus [38]. Agora

somos nós que podemos observar, do exterior, esse Paraíso, a que devemos, portanto, manter livre de pecado, ou seja, do pecado industrial da poluição. Enfrentamos um novo puritanismo laico que converte os pecados anteriores contra a alma nos atuais pecados contra o corpo. Por ter deixado a alma do outro lado do espelho, é preciso agora procurar a salvação do corpo. E, assim, a pureza que antes era premiada com a vida eterna, no céu, é recompensada agora com a promessa de uma vida praticamente eterna, ou pelo menos, mais longa, na terra. E aquela ameaça do castigo a ser cumprido no inferno hoje se transformou no perigo da morte terrena por causa de algumas das doenças modernas como o câncer

*Enfrentamos um novo
puritanismo laico
que converte os
pecados anteriores
contra a alma
nos atuais pecados
contra o corpo*

69

ou a AIDS. Produz-se assim uma secularização definitiva do mundo já que o Céu desceu à Terra, não a terra física que nos revela dia a dia suas chagas, mas a terra azul e sem poluição que nos oferecem as imagens processadas pelos computadores. Uma terra que, como digo, não é a nossa, mas o reflexo dela, um reflexo que permanece, como o antigo céu, suspenso num espaço imaculado: é uma imagem da terra ideal, uma terra prometida, convertida na alegoria de uma Natureza triunfante – não a nossas custas, e mas a nosso favor, uma Natureza que nos estende os braços de seus circuitos eletrônicos para integrarmos docilmente no seu peito. Enquanto isso, o inferno se incorpora à outra terra sofrida e esgotada que se encontra embaixo, como deve ser.

Mas enquanto esta terra torturada (evidentemente pela depredação do capitalismo) se nos apresenta como um caos e nos recorda os antigos atributos selvagens da natureza, as belas imagens eletrônicas que nos permitem contemplar a terra ideal, aquela que agora encapsula a imagem da nova Natureza, não nos parece tão naturais como técnicas; insinuem de fato o prazer da técnica

ca, nos induzem ao fetichismo da técnica, e tudo sob a roupagem da natureza, enquanto a antiga natureza se consome visivelmente afligida pelo excesso de tecnificação. Acossados, pois, por imagens contraditórias, vemos construir sobre a terra uma escatologia celeste, uma escatologia que reproduz, alegoricamente, os traços de anteriores projetos tecnológicos e, portanto, não menos opressora do que eles.

4. A nova escatologia

70

A catedral gótica era um espaço que pretendia invocar a presença do mundo escatológico. Era experimentada como uma mistura de céu e terra, uma plataforma conectada com os dois mundos. A estudada combinação de luzes e sombras, a matização e cromatização dos raios do sol ao atravessar os vitrais, a elevação dos muros e colunas que culminam numa explosão de arcos e tetos abobadados, incluindo o som da música e dos cânticos, tudo era pensado para dar aos fiéis a impressionante sensação de que, ao entrar na catedral, se penetrava em um espaço novo, distinto, um espaço sulcado em toda a sua geometria pela presença divina. Evidentemente trata-se de um espaço propagandístico, pois se utilizava de uma determinada retórica arquitetônica não apenas para convencer os fiéis da realidade de certos argumentos religiosos, mas para simplesmente atraí-los para as cerimônias. O espaço da catedral era também a expressão arquitetônica de uma determinada forma de entender o mundo. Para um habitante da Idade Média tardia, a presença da catedral em sua cidade era não apenas uma prova fidedigna da existência do mais além, que se expressava em toda sua grandeza dentro dos muros da basílica, mas também constituía uma promessa de poder participar, penetrando nesse espaço, de uma das mais excitantes experiências possíveis daquele tempo: o contato com o outro mundo.

Este tipo de retórica arquitetônica, uma vez despojada de seu componente sacralizado, ou seja, dessa outra dimensão, também espacial embora não física, que o espaço físico criava na mente dos fiéis e que correspondia literalmente ao paraíso, sobreviveu durante séculos em determinados palácios ou edifícios públicos, mas já como uma carcaça vazia e simplesmente de efeito. Curiosamente,

vemos reviver esse projeto, quase em todo o seu esplendor e sua eficácia, em muitos das monumentais salas de cinema construídas, tanto nos Estados Unidos como em algumas cidades europeias, entre 1920 e 1940 [39]. É aqui onde se repete de maneira mais evidente a intenção de provocar de novo aquela antiga sensação de maravilha que produzia o espaço da catedral, e curiosamente esta intenção se repete novamente no pórtico de um mundo tão imaginário como o celestial, embora mais próximo: o mundo dos filmes.

O impulso humanista do Renascimento selou a manifestação escatológica produzida nas catedrais. Os artistas, já não interessados na representação desse tipo de espaço, direcionaram o seu olhar para a realidade física e buscaram uma forma para reproduzi-la. Embora nesse momento tenha prevalecido a utilização de superfícies planas para situar as representações do espaço real, não se abandonou de todo a utilização de volumes, por mais que estes tendessem a se organizar de acordo com as leis da representação bidimensional, o que dá conta a importância concedida à fachada dos edifícios. Esta nova utilização do espaço já não tinha nada que ver com a invocação de um espaço metafísico, mas a sua utilização representava a duplicação ou prolongamento do físico. Como as catedrais haviam tentado materializar um espaço imaterial, enquanto o artista do Renascimento projetava a realidade física no terreno imaterial da ilusão de ótica. Os quadros pintados segundo as leis da perspectiva eram como janelas através das quais se deslizava o olhar do pintor e do observador em direção a um horizonte virtual.

Se durante o período Gótico procurou-se espiritualizar a realidade, no Renascimento tentou-se organizar a imaginação segundo os cânones dessa realidade. Mas o sistema encontrado para construir as imagens sob um suposto e estrito realismo, essa cunha da perspectiva com cuja penetração pretendia secar os pântanos de qualquer transrealidade, não era tanto uma forma de reproduzir uma suposta realidade absoluta, como uma maneira de criá-la. O sistema dava lugar à hegemonia de um novo espaço em que a organização vertical era substituída pela horizontal, em que o ritmo harmônico dos diferentes níveis de realidade que envolviam o espectador medieval, considerado mais como pertencente a um grupo do que como individualidade, se transformava em um espaço

homogêneo e infinito e num ponto de vista unívoco. A perspectiva convertia-se assim em um emblema da nova ideologia humanista, uma forma tão simbólica como as anteriores.

É interessante notar que no momento em que a Terra deixava de ser o centro físico do universo, um momento que coincidia com uma intenção de desantropomorfização do reino celestial, todo o universo se converteu em antropomórfico. O homem se tornava a medida de todas as coisas como demonstram não apenas os quadros de Arcimboldo [*Imagens 1 e 2*] em que todas as paisagens são figuras humanas, ou em alguns projetos urbanísticos [*Imagem 3*] em que a mesma cidade foi organizada em torno da figura do homem [40] (não esqueçamos que o humanismo é a filosofia estritamente do homem, não precisamente da mulher, o que deve influenciar necessariamente a concepção espacial), mas também com o mesmo projeto da magia renascentista através da magia ancestral ganha nesse tempo um rigor inusitado; um projeto por meio do qual busca-se relacionar o universo inteiro com o ser humano [41], como acontece concretamente com a astrologia, uma antiga crença que regula obsessivamente a relação dos corpos celestes com o indivíduo e que nesta época ressurge poderosa, por meio sobretudo de uma rigorosa exposição das leis que a regem.

72



Imagens 1 e 2. A natureza convertida em homem. Operação inversa ao regresso da natureza na ecologia atual. Arcimboldo, *O Verão*, 1573 (à esquerda), e *Água*, 1566 (à direita).

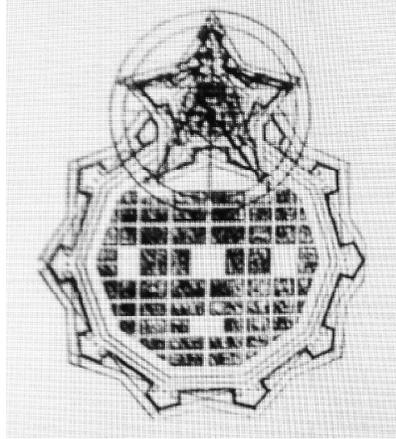


Imagem 3. Da cidade à medida do homem à cidade como símbolo do homem. Ilustração da obra *La città come forma simbolica*, de Paolo Marconi.

No período que começa no Renascimento e vai até o Barroco, encontramos não apenas com um projeto de grande envergadura de compreensão visual da realidade, mas também com uma extraordinária polifagia, pois, uma vez que o homem renunciou a considerar a terra como o centro do universo, ele devora todo o universo e se converte literalmente nos limites do real. Não é de estranhar, então, que os artistas do Renascimento se apressassem a abrir janelas e a construir pontos de fuga que projetassem diante deles a extensão ilusória de uma realidade física de cuja origem eram eles, teoricamente, os artífices. Nesse espaço que se projeta fora do espectador como uma cunha poder-se-ia buscar, desde um estrito e um tanto ingênuo freudianismo, não poucos simbolismos fálicos, mas talvez seja mais interessante entender a representação perspectivista de uma forma mais imediata. Pode-se encontrar um significado que reúna ao mesmo simbolismo, mas de uma forma menos absoluta e mais metafórica – sem que por isso tenha de perder a força expressiva de um determinado estilo ideológico. Quer dizer que poderíamos considerar esse tipo de representação formal como uma masculinização do espaço, executada mediante a técnica, a perspectiva, que pode equiparar-se ao gesto igualmente expansivo das grandes viagens e dos descobrimentos que têm lugar paralelamente [42].

Os resultados sociais e políticos da Reforma e da Contra-Reforma criaram uma nova visão do espaço. Não é estranho que isso acontecesse, pois tanto as bases fixadas pelo Concílio de Trento como as do movimento protestante, supunham de forma bem direta uma autêntica remodelação cosmogônica surgida dos avanços do humanismo renascentista. Os dois movimentos pretendiam restaurar a ideia de Deus, já não mais sobre a primazia do homem, que impregnara explícita ou implicitamente todo o pensamento do Renascimento, mas inclusive contra a humanização do céu, do crescente culto à virgens e aos santos que foi ao mesmo tempo a causa e consequência [43]. De maneira geral, podemos afirmar que, uma vez desenvolvidos esses movimentos, o reino celestial voltou a ocupar seu antigo lugar, abandonado no final da Idade Média.

74

O cosmo infinito de Giordano Bruno [44] voltava a se fechar graças a esse horizonte escatológico. Era o momento de erguer novas catedrais, o que foi feito, dando lugar a uma explosão de reluzentes igrejas erigidas segundo esse novo estilo chamado (de maneira desdenhosa) de Barroco. Se as catedrais góticas queriam apelar aos céus para descer até suas naves iridescentes, as igrejas barrocas constituíam uma autêntica representação teatral do céu sobre a terra. Dos reluzentes púlpitos que proporcionavam com os falsos brilhos a importância da palavra divina [45] até a iluminação interna extremamente cenográfica das naves, entregue aos inúmeros conjuntos de velas. O contraste do claro/escuro gótico pretendia filtrar a presença do real do céu na igreja, passando pela explosão vermelha e amarela da luz barroca. A catedral levantava os braços ao céu para exigir a presença divina, enquanto que a igreja barroca se enche e agita para afetar a realidade dessa presença cuja realidade intrínseca passou a um segundo plano. A ênfase já não se enraizava na comunhão, como na Idade Média, mas sim na propaganda.

Também nas catedrais, como foi dito, se tentava promover uma ideia, mas essa ideia e, sobretudo, sua factualidade eram os fatores preponderantes. Pode-se dizer que nas catedrais se tentava vender o produto mediante uma exibição mais ou menos forjada, de suas manifestações mais genuínas, enquanto na igreja barroca o produto está simplesmente guardado no depósito e se apela, pelo contrário, a todo tipo de métodos substitutivos para conseguir sua aceita-

ção. É evidente que num caldo de cultura como esse, a imagem deveria ocupar um lugar predominante. Sobretudo a imagem na forma moderna do conceito, ou seja, como uma substituição da realidade (neste caso, uma suposta realidade escatológica). É exatamente no momento em que a imagem já não é utilizada somente para representar uma nova forma ou ordem perspectiva, como ocorreu no Renascimento, mas que se constrói seguindo os traços de uma metafísica que tenta criar sinais de realidade, de materialidade (o que havia podido acontecer com a “imaginária simbolista” da Idade Média), forçando retoricamente os seus componentes para convencer de determinados argumentos (algo que não aconteceu na Idade Média [46]). Nesse momento, a imagem deixa de ser uma representação passiva e torna-se um mecanismo ativo, um papel que nunca seria abandonado totalmente, mas que também não alcançou a sua perfeição técnica até o início do século XX.

Querendo ou não, a história parece caminhar num ritmo pendular que pode responder mais nada ao fato de que qualquer mudança se efetua sempre com respeito a e em contra algum ponto de referência. Não avançamos em linha reta nem em círculos, mas dando guinadas em diferentes cenários. E desta forma, nos encontramos como, no período do Iluminismo, o homem recupera a sua posição central no universo, que havia perdido durante a Reforma e a Contra-Reforma. Mas, nesse caso, o homem (ainda o homem e não a mulher) não está representado por seu corpo, como no Renascimento, mas por uma parte muito concreta deste, ou ainda mais, por aquela função que se supõe que caracteriza essa parte, estou me referindo à razão. Desta forma, essa razão, graças à sinédoque cartesiana do *cogito ergo sum*, converte-se no centro do centro. Volta a cobrar vigor o conceito de relação entre cosmos e microcosmos, mas agora as partes do universo já não se relacionam com as diferentes partes do corpo, mas que seu ordenamento apenas obtém eco nesse lugar privilegiado em que se converteu a mente racional. Além disso, assim como a magia renascentista fazia do corpo humano o receptor das influências do firmamento – como atesta a astrologia –, o racionalismo o que faz é projetar o homem, através da sua mente, em direção ao universo para organizá-lo.

Os sistemas de representação apelam, pois, para as leis da geometria clássica para executar uma tentativa de objetivação daqueles conceitos abstratos de que o novo cosmos quer estar formado. Um projeto que, de alguma forma, resume em si mesmo o que constitui basicamente a tarefa da geometria clássica – a materialização de essências –, tarefa que desse modo se converte, como anteriormente ocorreu com as técnicas da perspectiva, numa emblemática situação ideológica, ao mesmo tempo em que cumpre também as funções de mecanismo expressivo desta ideologia. E o campo de batalha onde acontece o desembarque das forças racionais é basicamente a cidade, que passa a cumprir agora o mesmo papel que antes havia sido das catedrais e das igrejas.

76

O espaço urbano, geometrizado e monumentalizado, parece por um momento converter-se na própria imagem da mente humana, como regressaram as prepotentes tentativas materializadoras e substitutivas do Barroco, mas não se trata tanto de uma tentativa de objetivar determinada estrutura mental como de um processo inverso, pois não tardará o cidadão começar a exercer o seu raciocínio da mesma forma que se move pelas bem traçadas ruas e avenidas, e a deter-se diante das ideias e das recordações como faz o caminhante diante de um edifício ou monumento. Ou pelo menos, esse seria o projeto ideal da filosofia das luzes. E se na cidade racionalizada refletem as estruturas de uma filosofia iluminista, tão perfeita que sua imagem é capaz de imprimir rapidamente os meandros de uma mente que acredita ser o centro do universo, não deixa de ser lícito considerar que seja a cidade que acaba adquirindo a qualidade de centro do cosmos, centro desde o qual a mente ordena e classifica.

O furor enciclopédico alcança também a imagem que se torna clara e precisa. Não é mais cheia de intenções retóricas, não é mais um mecanismo destinado a convencer visualmente a existência de um mundo cuja principal característica é não pertencer ao universo sensível, mas se encarrega de constatar a verdade, a solidez do que é visto. Recupera para isso a tradição realista da perspectiva, mas se afasta da intenção ilusionista. A imagem deixa de ser a contínua plasmação do mais difícil para tornar-se um agradável escrivão do real. A razão, com suas delimitações, traça os limites da realidade e dentro dela, de cada um dos elementos que a compõem,

despejando assim as trevas do insensível, do inqualificável. Basta observar as gravuras da *Enciclopédia* para perceber que a imagem é a constatação de uma realidade considerada definitiva, fechada; uma realidade que, uma vez terminado o seu inventário, uma vez reproduzida totalmente nas diáfanas linhas da gravura, se diluirá no mar da naturalidade mais imperceptível. Se compararmos qualquer gravura da *Enciclopédia* de Diderot e Dalambert [*Imagem 4*] com outra pertencente a um paradigma completamente diferente como o da “emblemática” barroca, por exemplo, um emblema do livro de Juan de Solorzano [*Imagem 5*] para nos dar conta do salto conceitual enorme que em pouco tempo aconteceu [47].



77

Imagem 4. O espaço racional promulgado pela ilustração. Gravura da *Enciclopedia* – 1751-1772.



Imagem 5. O emblema e o moderno anúncio publicitário tem em comum a utilização do espaço alegórico que combinam com uma função visual do texto. Emblema de Juan de Solorzano – 1651.

O que na gravura da enciclopédia é uma construção absolutamente racional de um espaço organizado eminentemente por e para a visão, em que todos os elementos formam um conglomerado orgânico e indivisível, adquire no emblema um tom completamente distinto. O espaço não é visual, mas mental, conceitual. Cada elemento é regido por suas características próprias, tanto físicas como ideológicas. Entre todas as partes forma-se um conjunto, mas ele não é reconhecível em nenhuma realidade física, mas tenta ser, por um lado, expressão visual de uma realidade transcendente e, por outro, uma prova da preponderância dessa realidade metafísica sobre o mundo material. Para o emblemista, a gravura da enciclopédia seria uma mera aparência, atrás da qual se esconderia a complexidade de seus emblemas. Para o enciclopedista, pelo contrário, não há outra realidade do que as mostradas em suas linhas e volumes: sua gravura se abre diante de nós como uma janela, mas não como a janela renascentista que, como disse, pretendia nos impressionar, mas simplesmente com o gesto satisfeito do burguês que nos mostra os seus pertences.

78

No final do século XIX, a última onda de arquitetos racionalistas, com Haussmann à frente, transforma a cidade na representação espacial de uma utopia. Os traçados remodeladores de Paris, sobre os auspícios de Napoleão III, não tentava abrir caminhos entre os pântanos da metafísica, mas, soprado na orelha pelo chefe de polícia, pretendia tirar da revolta popular um espaço em que fosse possível acontecer a rebelião. A cidade que nasce deste projeto não é uma cidade racionalista, mas a cidade da razão de Estado, uma cidade utópica – o resto de uma utopia burguesa – que se constrói sobre os restos de outra utopia – as revoltas populares de 1848 –, e que ajuda a derrotar as próximas ondas utópicas, como a Comuna de Paris, que foi controlada graças aos espaços abertos pela urbanização de Haussmann [48].

A maioria dos projetos urbanísticos dessa época, desde a cidade linear de Arturo Soria y Mata, em Madri, e a Barcelona de Ildefons Cerdà, para citar dois “urbanizadores” espanhóis, se vê impulsionada por um furor utópico de um signo ou outro. O arquiteto deixa de ser o catalisador de um estilo de uma época, e se torna um engenheiro social. Já não trabalha mais com o rosto vol-

tado ao passado, mas com o olhar no futuro, lançando as garras de um projeto supostamente inesgotável.

Este trabalho de engenharia social, mais que outro projeto urbanístico anterior, modelará de forma drástica as vidas dos habitantes da cidade. Não se limitará a resolver os problemas do presente, mas moverá as suas peças com uma visão de futuro, como um general preparando uma batalha. A razão, após conquistar o espaço visível, se lança no domínio do tempo. A cidade, que durante o racionalismo havia se tornado o centro do cosmo, embarca agora numa viagem temporal, destinada a congelar a eternidade em um instante interminável. As transformações, que pretendem a aceleração suicida da história, são contundentes. Em Paris evacuam a ilha de La Cité transformando-a num campo de manobras policiais, enquanto a nova cidade é construída com materiais nobres que deslumbram Napoleão III, e os construtores parisienses aproveitam os materiais de demolição para levantar, nos subúrbios, habitações precárias que acomodariam a classe trabalhadora expulsa do centro [49].

79

Essa é a utopia que a civilização urbana do século XX viveu. Mas nossas cidades não se limitaram a exercer o controle sobre a vida de seus cidadãos, constituindo-se na objetivação dos interesses de uma economia baseada no benefício, mas também se tornaram um *playground* da imaginação. A volta para casa dos habitantes, ocorrida a partir do último quarto do século XX, deixará a rua livre para que nela se instale o inconsciente. A esse inconsciente jogado nas calçadas não se poderá chegar através das típicas janelas, mas será preciso um balcão mais sofisticado: a abertura eletrônica da tela da televisão. Desta forma, o espaço urbano do final do século XX recuperará o projeto do espaço gótico para secularizá-lo. O espaço resultante permanecerá também em conexão com o outro mundo, um mundo que seguirá sendo imaginário, mas não escatológico.

O gótico para regressar às cidades teria de passar pelo crivo do racionalismo individualista e do qual não poderia sair mais do que subjetivizado. Mas esse empreendimento não se levará a cabo mediante a racionalização do espaço urbano como ocorreu durante o Iluminismo, mas através do conceito barroco da imagem. Seja como a imagem detenha o tempo, a história, o que agora experi-

mentamos, é uma mistura dos espaços do passado, convenientemente reorganizados para cumprir as necessidades do paradigma que rege o presente. A ordem escatológica ainda está em vigor, mas como ocorreu durante o Renascimento, o lugar está agora situado neste mundo. A resposta que Paul Éluard, às portas do surrealismo, dá ao slogan cristão “meu reino não é desse mundo”, é diáfana: “há outros mundos, mas estamos neste”. E Éluard, recordemos, falava justamente quando a moderna ficção científica nascia para futuras glórias. Mas nosso reino celestial não somente é deste mundo, mas de fato constitui o nosso mundo.

80

O reino celestial, esse conceito utilizado até a exaustão pela imaginação histórica [50], mudou de domicílio. De seu cômodo assentamento em lugar nenhum, caiu nesse espaço mítico que nosso mundo ocupa desde que a humanidade pôde contemplá-lo pela primeira vez através do ponto de vista de Deus. O céu, o paraíso celestial da posmodernidade, não é hoje outra coisa senão a natureza sofrendo enclausurada no flutuante globo azul, que em seu momento nos foi mostrada pelas exultantes telas da televisão. E com essa mudança, vimos também a necessária instituição de uma nova teologia, de cuja difusão se encarregaram principalmente os púlpitos cada vez mais populares das previsões do tempo. Nos boletins meteorológicos podemos assistir, diariamente, a essa visão divina da natureza celestial. Cada dia, o novo sacerdote que é o “homem do tempo” nos explica, como em um sermão dominical, as vicissitudes deste mundo suspenso no éter, vicissitudes centradas nas mudanças meteorológicas que, numa realidade dominada e congelada pela imagem, são as únicas possíveis.

É um sermão visual que nos fazemos a nós mesmos, constituídos em deuses através do fenômeno dos satélites meteorológicos. As nuvens são anjos e as depressões e os anticiclones representam a eterna luta entre o bem e o mal, da qual somos, muitas vezes, participantes e espectadores. O satélite meteorológico, ao mostrar que nosso olho, cujo olhar delegamos, não pode senão ver a si próprio, nos recorda a cada dia a realidade de nosso confinamento. É o momento de regressar a essa tão recorrente afirmação de Nicolau de Cusa, referente à esfera divina, cujo centro, segundo indica, está em todas as partes, enquanto que sua circunferência não é achada em nenhuma delas.

O que Nicolau de Cusa pôde afirmar enigmaticamente, no século XV, recuperamos e concretizamos no século XX. Também colocamos Deus em uma esfera que não está em nenhuma parte, mas a reconhecemos em uma imagem, enquanto a esfera física está sob nossos pés e por isso não podemos observá-la. E seu centro, seguindo cegamente as instruções de Nicolau de Cusa, se encontra também em todas as partes, pois cada um de nós, cada um de nossos olhares particulares, é o centro. Nicolau de Cusa colocava o universo às portas de um infinito que só poderia ser limitado pela natureza divina [51], enquanto nossa civilização inverteu essa estrutura e situou o cosmo no umbral de um infinito interior, imaginário, só limitado por uma natureza divinizada e representada na imagem.

Essa natureza imaginária é nosso Céu; e a Ecologia é as sagradas escrituras de uma estrutura neo-religiosa de que as máquinas constituem, nesse espaço re-sacralizado, os sacramentos que nos conectam com o mundo

escatológico. A máquina ou, melhor dizendo, a última e eletrônica versão da mesma, não aquela produtora de poluição que foi a máquina industrial – é a organizadora do intercâmbio entre o Céu e a Terra. Há uma grande quantidade de máquinas que se enquadram nessa nova categoria, desde os

reluzentes e articulados aparelhos destinados aos novos exercícios espirituais [52] – o *body building* – até os precisos e herméticos instrumentos imaginativos – manipuladores de imagens: fotocopiadoras, vídeos, câmeras, computadores, scanners, fax etc., cuja missão poderia ser considerada igual à que realizavam as antigas imagens de virgens e santos que preenchiam as velhas igrejas.

Como aquelas imagens, essas máquinas se encarregaram de representar uma realidade imaginária, são o Céu materializado. Cada cópia, como a hóstia consagrada, é a incorporação da divin-

*A ecologia é a sagrada
escritura de uma neo-
religião em que as
máquinas constituem os
sacramentos que nos
conectam com o
mundo escatológico*

81

82

dade. A missão das máquinas destinada ao *body building* é, por sua parte, ajudar o corpo humano a estar mais perto de Deus, quer dizer, à natureza deificada. Desta maneira cumpre uma missão muito parecida com a dos instrumentos de tortura da Inquisição com que, por outra parte, guardam intrigantes relações formais. O inquisidor também considerava que a passagem pela mesa de tortura aproximava o heterodoxo da verdade divina. Suas torturas pretendiam promover uma ginástica da alma que agora se aplica exclusivamente ao corpo. Mas como esses novos instrumentos são individuais, se parecem mais aos cilícios e outros instrumentos com que o místico se autoflagelava. Assim, como para se aproximar do deus medieval, situado num céu metafísico, havia que arrancar do corpo sua preponderância mediante castigos corporais, para chegar à altura do deus posmoderno, situado numa natureza que não por ser imaginária é menos real, é preciso agora glorificar esse corpo por meio de uma dor sublimada num prazer imaginário. Os inquisidores também gostavam de supor que o condenado, enquanto retorcia-se na mesa de tortura, sentia um prazer cada vez maior, originado, sem dúvida, pela crescente perfeição de sua alma e uma não menos elevada proximidade com Deus.

E quanto ao místico, sabemos que seu masoquismo lhe proporcionava prazeres nem sempre confessáveis. Como hoje em dia, aqueles que praticam assiduamente os exercícios de ginásticas espirituais não deixam nunca de constatar que, em última análise, a dor do exercício físico se transforma em um exuberante prazer. “A insistência na dor nos aproxima da natureza”, afirma um dos personagens do *Epílogo*, de Gonzalo Suárez. Mas a nova localização do Céu não poderia culminar sem a correta localização de seu complemento, o Inferno. O Inferno sempre foi considerado um lugar sublunar, um lugar a que temos de descer, já dizia Dante, quem não duvidou em buscar como guia a um poeta, já que são eles os melhores especialistas do imaginário, os encanadores do inconsciente. Nossa moderna escatologia também situa o inferno no lugar mais baixo possível, que corresponde à cidade. E inclusive desta desce até ao seu deteriorado centro.

Mas cuidado, nossa imaginação, do ponto de vista predominante, não confunde a cidade real, física, com a cidade imaginária em que a realidade acontece, mas se opõe uma com a outra. O cen-

tro urbano físico, entendido como inferno, é o lugar onde moram os últimos resíduos do real, onde habitam os que, por haver pecado contra o corpo, não puderam alcançar a graça da imagem. Encontramos nesse espaço a prostituta, o travesti, os drogados, os bêbados, os desempregados, os expulsos, um círculo de proscritos e párias a que ultimamente, por causa da Aids, até os doentes foram incluídos. Eis aqui os modernos pecadores que penam no inferno do real, expulsos do novo e imaginário Jardim do Éden. Esse inferno moderno e urbanizado constitui, como seu antecedente medieval, o reverso da vida terrena. Essa dantesca alegoria corresponde aqui a uma miséria de passagem. *La bufera infernal, che mai non resta* (a tempestade infernal que nunca descansa), de que fala Dante no *Canto V* do *Inferno*, é substituída pela simples intempérie que se abate sobre os modernos desventurados. Os castigos não simbolizam o pecado, mas se somam a ele. A cidade como inferno não é tanto a contraparte de uma cidade real que só existe fora dos folhetos turísticos, como da cidade onde se produz o imaginário.

Protegidos em seus automóveis, extensão em rodas da sala de estar, as pessoas se deslocam para o inferno para assuntos de negócio que, geralmente, se fecham nos altos arranha-céus, onde a proximidade com o paraíso fica mais evidente: quanto mais acima nos encontramos, mais próximos estamos de poder contemplar a forma redonda da terra, a qual, contudo, como a proximidade absoluta dos antigos deuses, só se alcança através da imaginação – nesse caso, das imagens fornecidas pelos satélites correspondentes. Ou vão ao centro da cidade para fazer compras (lojas que, como já dito, são interiores). Mas, em qualquer caso, fingirão não estar ali. Encontram-se, como Dante, apenas de visita e, como ele, atravessam o Inferno com o propósito de alcançar posteriormente o Céu. Não é de entranhar, pois, que um dos mais apreciados exercícios espírito-corporais, o *jogging*, se realize nas ruas do inferno. O *jogging* se converte tanto como um passaporte para o céu como um salvo-conduto para atravessar o inferno. Somente com fones de ouvidos e olhos fixos no infinito da natureza celestial, se pode descer ao inferno e sair mais fresco do que uma rosa.

5. A capital da dor

Se os círculos mais profundos desse inferno citadino não podem ser alcançados sem dor, a menos que se achesse treinando e correndo –, os círculos da outra cidade, a cidade imaginária, somente são acessíveis por meio da televisão ou passando nervosamente as páginas de uma revista. É por meio da rápida articulação de imagens e subimagens que se consegue conectar com o espaço hipnótico.

Vivemos em um espaço hiper-real, um espaço hipnótico, que se cria mediante as sucessivas articulações de imagens, e das imagens que formam parte de outras imagens. Se tivéssemos de situar esse espaço em alguma parte, diríamos que está entre a imagem de nosso corpo e a imagem de uma ecologia global. A fluida articulação de imagens, que ocorre nos aparelhos de televisão e se sucede nos cinemas aonde vamos para sonhar nossos imaginários sonhos, cria uma textura, a textura do novo espaço. Esse espaço, como o renascentista, o gótico ou o barroco, é um espaço imaginário, mas, igual àqueles, acaba por adquirir forma, por incrustar-se nos muros de nossas casas, de nossos objetos, nas linhas de nossas pinturas, sem abandonar por isso sua qualidade de imaginário. O espaço gótico estava representado na catedral; o renascentista, na perspectiva; enquanto o espaço barroco se corporificava na alegoria. Já o espaço modernista, herdeiro do positivismo do século XIX, era um espaço horizontal, representado principalmente pelo planejamento urbano.

A cidade foi arrancada da evolução temporal, da história, pelo frio gesto do urbanista, que pretendendo eliminar a expansão caótica, substituiu o passado por um futuro materializado pelo cimento. Na Europa, a cidade nasceu ao redor das catedrais e mercados, e se desenvolveu nas estreitas ruas circulares que rodeavam o centro onde o comércio celestial e terreno davam-se as mãos. Esse crescimento por camadas, quase tão orgânico como o de uma cebola ou dos anéis de um tronco de uma árvore indicando sua idade, era o símbolo da temporalidade da cidade, sua conexão com a história. Mas, no final do século XIX, esta temporalidade foi cortada. A cidade, extraída desse fluxo temporal, se vê obrigada a viver, a partir desse momento, na imaginação de seu arquiteto. Ele é quem

decidiu, num mandato disposto a durar cem anos, como os habitantes iriam viver, mover-se e se comunicar... Esse foi o primeiro passo até o total desmembramento da cidade, a primeira etapa para torná-la um lugar totalmente imaginário, um local no qual o espaço hipnótico criado pela articulação de imagens se produz. E essa é a representação do espaço posmodernista: um espaço hipnagógico, de sonolência, uma alucinação que se nega a si mesma, pois não oferece alternativas.

6. A realização do espaço imaginário

Toda intuição espacial acaba sempre por materializar-se. É difícil, a essa altura, falar de um espaço físico real e absoluto que existiria indiferente às mudanças da percepção humana; um espaço que, igual à ideologia, constituiria uma falsa consciência destinada a desaparecer no momento em que os homens vencessem seu estado de alienação. Talvez esse seja um dos pontos fracos do marxismo (que, relido à luz da mais estrita atualidade, não tem tanto como nos fizeram acreditar): a crença em um estado natural de liberação ao alcance das mãos. A fé na possibilidade – e inclusive na rentabilidade – da utopia. Vítimas de grandes decepções, devemos aceitar que tampouco existe a utopia física: a suposta falsa percepção do espaço, nem é falsa e nem está distorcida (no sentido de que existiria uma contrapartida ideal e livre de mácula sobre a que afetaria a distorção), mas não por isso (me apresso a acrescentar), deixa de estar condicionada política e socialmente. Trata-se sem dúvida de uma percepção ideológica, mas por trás dela não guarda uma utópica percepção livre, mas outra falsa consciência, outra percepção forçosamente ideológica.

A representação do espaço posmodernista é um espaço hipnagógico, de sonolência, uma alucinação que se nega a si mesma, pois não oferece alternativas

Em último caso, poderíamos falar de percepções espaciais favoráveis ou desfavoráveis, progressistas ou reacionárias; inclusive,

repetindo uma expressão odiosa que ganhou fama em certos ambientes universitários da América do Norte, podemos falar de uma percepção *politically correct* (politicamente correta), mas nunca de uma percepção, de uma consciência que não seja midiaticizada. Não existe, fora do pensamento metafísico, uma percepção absoluta, e o grande desafio da crítica social contemporânea consiste em aprender a viver com essa ideia. A crítica social deve passar por uma revolução bruniana [*refere-se a Giordano Bruno*], precisa ir do mundo fechado ao universo infinito e restabelecer o velho conceito de luta contínua. Uma luta contra a incessante e inevitável alienação que busca compensar mediante a consciência lúcida de sua inevitabilidade. Diante de nós se abre um horizonte infinito de penalidades.

86

Todos os tipos de espaço, como já disse, encontram seu caminho até a fisicalidade, visto que depois de uma incessante percepção do mundo sob determinada organização, esta acaba sempre se filtrando sobre a própria matéria para moldá-la a sua imagem e semelhança [53]. Outro tanto teria de acontecer, portanto, com o espaço hipnótico que foi se formando, como percepção, ao longo dos últimos cinquenta anos. Assim, ultimamente, técnicos e artistas do vídeo têm revelado nos festivais internacionais da imagem o resultado de suas pesquisas para configurar diversos espaços eletrônicos que sem dúvida supõem a materialização do espaço hipnótico. Desses projetos, o mais conhecido é o denominado *Virtual Reality* (RV: realidade virtual) (54).

Durante a Art Futura 1990, em Barcelona, Scott Fisher, do Centro de Pesquisa Ames da NASA, e Eric Gullichsen, representante da empresa privada que pretendia comercializar o projeto, descreveram a realidade virtual como a criação de um espaço tridimensional através de um computador, por meio da computação gráfica, mas com imagens ainda pouco desenvolvidas. O certo é que se tratava de uma inovação desenvolvendo e inclusive superando as possibilidades infográficas, realizada quando esta acabava de alcançar sua total operacionalidade. Assim rapidamente acontecem as coisas no universo da imagem eletrônica.

Uma das características da RV consiste, precisamente, em que por meio da incorporação de um visor (óculos), qualquer pessoa pode penetrar em um espaço computacional. O visor, pequenos

monitores acoplados diante dos olhos como óculos de mergulho, faz com que se perceba o espaço virtual gerado por um computador como se fosse um espaço real. O usuário se vê imerso nesse novo espaço que elimina qualquer outro ponto de referência visual que não o que está dentro das suas coordenadas. Produz, portanto, uma transferência de realidade. Somente o tato poderia denunciar uma defasagem entre as imagens e os volumes, mas mesmo se isso não fosse resolvido, o viajante da RV teria sérias dúvidas sobre sua situação real.

As imagens do espaço virtual, geradas constantemente pelo computador, mudam de acordo com os movimentos da cabeça do usuário. Os óculos transmitem os movimentos ao computador e esse acomoda imediatamente a imagem. Não estamos, pois, diante de uma imagem fechada como a que conhecíamos até agora [55], mas sim diante de uma imagem aberta e teoricamente infinita. A RV, como o espaço material, e diferentemente de outras imagens computadorizadas, vai sendo gerada continuamente em íntima relação com os movimentos do espectador. É este que de fato cria o espaço com os seus movimentos.

Um complemento importante do projeto, que vem a solucionar o problema tátil da nova realidade, é uma luva eletrônica (*dataglove*) que o usuário deve calçar. Sua utilização supõe um nível a mais de interação com o espaço virtual. A luva, cuja imagem aparece em forma de mão no campo de visão do usuário dos óculos, permite manipular o entorno da RV. Sem as luvas, o usuário tem acesso a uma visão teórica de 360° e pode avançar no espaço de forma ilimitada (nesses momentos o limite está na capacidade do programa do computador, mas isso é apenas um problema técnico que tem solução), mas é incapaz de operações tão simples como abrir uma porta. Caso o espaço virtual onde o usuário está seja, por exemplo, uma casa, ele ficará inevitavelmente preso dentro dela. A luva resolve esse inconveniente. Com ela, o usuário pode abrir portas e janelas, armários e gavetas; pode pegar livros de uma estante e operar interruptores. Os movimentos das mãos vestidas na luva são transmitidos para o computador, que se encarrega de gerar continuamente novos elementos espaciais, em consonância tanto com os movimentos do usuário como com a lógica da RV em

que o usuário se encontra imerso. Este é um dado a levar em conta: uma vez que abandonada a realidade física, não há limites para as possíveis realidades em que se pode mergulhar [56]. Atualmente, pesquisa-se a possibilidade de fabricar trajes com o qual o usuário, uma vez vestido, poderia incorpora-se totalmente ao espaço da realidade virtual.

88 A origem dessas tecnologias está nos simuladores de vôos desenhados pela indústria aeronáutica para o treinamento dos pilotos. Não me refiro a uma origem conceitual, mas a uma origem prática: foi o interesse industrial e militar (o treinamento de pilotos de combate é um elemento primordial) que conseguiu fundos necessários para empreender e levar a cabo as investigações. Por outro lado, a NASA também está interessada na RV, pois o seu desenvolvimento permitirá a pesquisa de outros planetas sem a necessidade de enviar os astronautas até lá. Um robô seria encarregado de fornecer dados e imagens e os astronautas, a partir de sua base e vestidos com os trajes eletrônicos, passeariam por esses mundos distantes. Trata-se do ápice da aventura asséptica: viajar sem sair de casa. Nesse sentido, é evidente que a ideia de turismo também sofrerá uma revolução.

Não é desprezível o fato de que as pesquisas em torno da RV estejam relacionadas com a NASA, com o exército americano ou até com o projeto Strategic Defense Initiative (conhecido como Guerra das Galáxias). Isso supõe, entre outras coisas, que pela primeira vez nos encontramos diante da aparição de um tipo de arte (no que diz respeito à vertente artística dos projetos) diretamente relacionada com o complexo industrial militar dos EUA (de cujo conglomerado a NASA faz parte). Não é uma questão que afeta somente a RV, mas que atinge também uma série de projetos em torno dos novos espaços visuais que a acompanham ou que a precederam. No melhor dos casos, os projetos paralelos ou nasceram em alguma agência governamental ou seus atuais promotores estão associados com alguma delas, em uma ou outra fase da pesquisa. E na pior das hipóteses, a evolução e o futuro destes projetos dependem diretamente da aprovação dos orçamentos de defesa do governo dos Estados Unidos [57].

Essa circunstância não é insignificante, mas, pelo contrário, revela perfeitamente qual é a situação atual tanto da arte quanto

dos meios de comunicação. Um paradigma iniciado com a formação das grandes companhias multinacionais no século passado e a conseqüente construção de uma visão de mundo (um sistema perceptual) intimamente relacionado com as necessidades e características destas corporações descomunais, deveria alcançar forçosamente um nível em que essas mesmas companhias, ou outras relacionadas com seus interesses (como as agências governamentais), produziram direta e inclusive materialmente, as expressões artísticas, fruto da visão do mundo por elas largamente patrocinada.

Esse fenômeno, sem dúvida, não é totalmente novo; talvez mais escandaloso. É evidente que tanto a televisão como a publicidade [58] são filhas legítimas das grandes corporações. Se bem que a televisão tem alguma qualidade redentora – trata-se, no em estado puro, de um meio ca-

paz de veicular qualquer tipo de mensagem, mesmo as adversas à sua estrutura retórica (embora isso não tenha acontecido) –, na publicidade isso se torna mais difícil de encontrar. A publicidade se baseia na persuasão irracional e, portanto, qualquer mensagem que veicule – inclusive se for pro-

gressista, racional – é contaminada por essa retórica de base, como comprova a utilização das técnicas de propaganda política. Não é exagero adicionar o *design* a esta lista de artes vinculadas à indústria de maneira direta e praticamente inevitável [59]. O *design*, um elemento que acrescenta um caráter fetichista à mercadoria do sistema capitalista, também serve de maquiagem para seus produtos menos apresentáveis [60], além de compartilhar com a publicidade a característica nada desprezível de ser uma técnica bem promovida que adquiriu o status de arte, perdendo assim parte da perigosa imagem utilitária que poderia ser relacionada com os interesses industriais e, mais concretamente, com a necessidade de manipulação da indústria capitalista.

*É evidente que tanto a
televisão como a
publicidade são filhas
legítimas das grandes
corporações. Se bem que
a TV tem algumas
qualidades redentoras*

Mas essas considerações em torno dos meios nascidos do desenvolvimento capitalista admitem certa matização. Evidentemente a publicidade visual é uma técnica nascida do e para o capitalismo, uma técnica que também constitui um fator necessário para a criação, como já se mencionou, do espaço hipnótico. Mas ainda assim, tanto ela como a televisão, o cinema e o *design* possuem antecedentes que de certa forma os desligam de uma total filiação corporativista. É possível, por exemplo, traçar uma história do *design* anterior à Revolução Industrial [61] e não podemos negar que tanto a televisão como o cinema nasceram a partir da evolução dos meios anteriores, o que converte a sua gênese em algo praticamente inevitável, ainda que ligada aos níveis de determinado desenvolvimento. Poucos foram os países industrializados em que, no final do século XIX, não ofereceram as condições necessárias para a invenção do cinematógrafo e seu posterior desenvolvimento. Quanto à publicidade, pode-se dizer, num sentido geral, que se trata de um aperfeiçoamento de técnicas que remontam à antiga oratória e que tem antecedentes tão precisos como os sermões medievais ou, em sua vertente visual, os emblemas e as alegorias renascentistas e barrocas. Em qualquer desses casos, o que o capitalismo fez foi transformar um meio mais antigo e moldá-lo às suas necessidades específicas [62].

Talvez, de todos esses meios-linguagens, a televisão seja a que está mais ligada à evolução das corporações, no sentido de que, nascida como meio de comunicação neutro, se vê paulatinamente ligada à linguagem da corporação até tornar-se parte integrante desta linguagem, como a própria publicidade. Recordemos que a invenção da televisão não foi consequência de pesquisas realizadas por uma grande corporação, mas, como todas as outras invenções do século XIX, resultou do trabalho individual, nesse caso com a particularidade de estar dividido entre vários pesquisadores, de cuja soma de trabalhos isolados veio a se concretizar a televisão. Quanto tempo teve de passar desde as primeiras experiências de May ou de Nipkow até que fosse possível realizar as primeiras transmissões da British Broadcasting Corporation? Aquele meio século de pesquisas individuais e dispersas poderia ter sido menor se o trabalho houvesse sido realizado em conjunto e patrocinado por uma grande corporação. Essa foi uma lição que não caiu no vazio [63].

As novas artes e técnicas da imagem eletrônica também poderiam ser consideradas até certo ponto provenientes de meios anteriores. Por exemplo, não é descabido afirmar que a imagem computadorizada constitui uma evolução, por meios eletrônicos, da pintura e do desenho. Quanto à RV, já indiquei que todo paradigma acaba tornando material o espaço que a princípio era somente abrigado conceitualmente e, portanto, é necessário admitir que esse tipo de materialização já se produziu antes, em outros paradigmas [64]. Contudo, nunca antes nenhum meio artístico havia constituído, de forma tão exclusiva, um epifenômeno a partir de uma técnica ou produto industrial, e muito menos militar. As pinturas de Velázquez, mesmo patrocinadas pela família real espanhola, não devem nada à fabricação de lanças ou de outro aparato militar, por mais que sua época fosse atormentada pelas batalhas. O cinema, por seu lado, ainda que inventado parcialmente por um visionário tão negociante como Edison, no princípio não foi um bom negócio, mas uma curiosidade técnica igual a tantas outras.

Mas a RV é algo muito diferente: é fruto direto das pesquisas de uma ciência militarizada, tendo como principal característica a manipulação da realidade por meio da criação de um novo espaço. Como tentei demonstrar até agora, essas são exatamente as peculiaridades mais importantes do paradigma do capitalismo multinacional em sua relação com a imagem: a tendência de reduzir às suas coordenadas espaciais o que antes era um contínuo espaço-temporal e o diálogo da realidade material em um elemento manipulável.

Vamos revisar as características principais da realidade virtual. São os conceitos chave:

1. A RV equipara de forma definitiva a realidade com a tecnologia. Seus criadores afirmam [65] que a única dificuldade para alcançar uma realidade virtual perfeitamente desenvolvida e, portanto, plenamente equiparada à realidade real é o estado atual da técnica. Quando se alcançar os objetivos desejados, não haverá aparente diferença entre as imagens interiores e as exteriores. Do que se pode deduzir que, a partir de agora, a verdade será uma questão de excelência técnica, ou seja, o cúmulo do pragmatismo [66];

2. A RV rompe a barreira que se supõe existir entre o usuário e o computador. Ao colocar os óculos, afirmam os especialistas,

nos encontramos no interior do computador, rodeado por ele. Esta proposta pressupõe já uma escala de valores, segundo a qual é preferível estar dentro do computador que fora dele. A tela do computador atual, que agora se utiliza, percebe-se, pois, como uma barreira a abrir. De certa forma, nos encontramos diante de uma das mais evidentes manifestações da ideologia do progresso, que desempenhou papel tão importante no impedimento de uma visão crítica da técnica, de cujas possibilidades de desenvolvimento somente se leva em conta um obsessivo avanço a todo custo. Progresso que é percebido como o único movimento possível, e que se considera sempre como positivo e eticamente excludente. Desta forma, a RV é concebida de início como um processo necessário e benéfico, um processo que, ao romper a barreira do monitor, não pode deixar de ser considerado absolutamente necessário. Em nome do progresso (graficamente representado pelo rompimento de determinada barreira), qualquer crítica será tachada de reacionária, inclusive antiquada;

92

3. Insinua a possibilidade de que no futuro, seguindo a linha marcada pelos acessórios desenvolvidos em torno da RV, seja eliminada a necessidade da linguagem para acessar o computador. Com as luvas, haverá uma interação direta com o novo espaço, de modo que o computador terá reações não através de ordens lógicas, mas de impulsos táteis. Seria o último passo na contínua aproximação do computador que vai do teclado inicial até o desenvolvimento do *dataglove*, depois de passar pelo *joystick* e o *mouse*, cada um dos quais representou um importante avanço até a eliminação completa da linguagem [67]. Esta eliminação da linguagem lógica, através de senhas que permitem a interação com o computador, assume implicitamente a eliminação da necessidade de qualquer linguagem para organizar e expressar as ideias, que deixariam de ser produzidas pela articulação de palavras para se constituir numa simples elaboração visual: a articulação de algumas imagens cujo conjunto constituiria, segundo os pressupostos da RV, uma realidade absoluta. Assim, eliminar-se-ia a última barreira, a barreira conceitual. Não existindo outra linguagem a utilizar além daquela que normalmente nosso corpo emprega para se relacionar com a realidade, também não haveria nenhuma diferença entre a ação e o pensamento. Chegaríamos ao sonhado silêncio do pensamento [68].

4. Fala-se também em relacionar a imagem e a palavra. Com o desenvolvimento do chamado *painting helmet* (capacete de pintar), poder-se-ia interagir com o computador usando a voz e, por exemplo, pintar a palavra. “You can speak the colors”, disse Eric Gullichsen da forma contundente que só a língua inglesa permite: as cores podem falar. Aqui, a linguagem ainda existe, mas é uma linguagem mágica, a que se confere um poder gerador. É, pois, uma linguagem ativa que não precisa de elaborações teóricas, pois só sua emissão fônica consegue os resultados desejados. “With a computer you don’t need the words”, com um computador não se precisa de palavras, acrescentou Gullichsen, afirmando a ideia de que a linguagem supõe uma barreira que impede a direta comunicação com a realidade.

5. Sugere a ideia do *Virtual Environments* (ambientes virtuais), que seriam um passo inicial para o ansiado *Total Environment* (Ambiente Total). Examinando todo o projeto, podemos ver que

esses ambientes virtuais são a consequência lógica de todo o assunto. Com a possibilidade de criar ambientes virtuais absolutos, seria possível escolher o tipo de realidade em que se quer viver: uma realidade que estaria sendo gerada continuamente por um computador. Seria uma realidade da que já não seria mais preciso sair.

Todo o projeto parece se encaminhar na busca de um substituto limpo das drogas psicodélicas. Uma sociedade que se orgulha em encabeçar uma luta contra a dependência química (e que possui ao mesmo tempo o mais alto grau de consumo) propõe por outro lado uma série de paraísos artificiais (nunca melhor aplicado o adjetivo), que colocaria a maioria de seus habitantes sob a possibilidade de uma manipulação absoluta. Philip K. Dick explorou esta possibilidade em algumas de seus romances mais extremos. Por exem-

A comunicação entre as
pessoas acontecerá
mediante os óculos
(helmet), alguém poderia
escolher sua própria
aparência para
se mostrar aos outros

93

plo, em *The Three Stigmatas of Palmer Endrich* (1965), os colonos estabelecidos em Marte podem viver, mediante a ingestão de uma droga, num mundo de ficção (uma realidade virtual) de um exacerbado realismo. Dick utiliza ainda a noção de química para produzir esse mundo ilusório, mas os resultados assemelham-se mais aos produzidos pela droga técnica.

6. Fala-se também da chamada *Interactive Fantasy*, em que o usuário poderia entrar no mundo ficcional dos filmes, como o que faz, por exemplo, a personagem de *A Rosa Púrpura do Cairo*, de Woody Allen. Tratar-se-ia da identificação hollywoodiana levada a um extremo arrepiante.

7. *Chose how to look*, poderás escolher a tua aparência, é outra proposta triunfalista dos promotores da nova invenção. Assim, a comunicação entre as pessoas acontecerá mediante os óculos (*helmet*), alguém poderia então escolher sua própria aparência para se mostrar aos outros. E poderia, também, eleger a aparência dos demais. Tratar-se-ia, portanto, de fabricar uma realidade *prêt-à-porter*, dentro da chamada realidade virtual compartilhada, um projeto de socialização técnica que parece querer ir ao encontro das possíveis críticas que o radical solipsismo da RV pode gerar. Encontramo-nos diante de uma nova abordagem do fenômeno comunicativo, que favorece a mediação. São os computadores interligados os que se comunicam, enquanto as pessoas terão de fazê-lo mediante eles (o advérbio mediante significaria tanto ponte e filtro, como mediação para aproximar, mas também, e acima de tudo, para afastar). Aparece aqui sem máscara o medo à realidade da que se evita ver a face nua.

Deveríamos perguntar que tipo de comunicação, tal como a entendemos, se poderia estabelecer entre duas pessoas ou mais, a partir do momento em que essa comunicação estaria censurada por cada uma das vontades individuais, que se levantariam diante da pessoa como autêntica muralha que poderia separá-las do resto das mensagens. A comunicação seria compreendida, pois, como uma luta entre as diferentes vontades (ou diferentes fobias). Os computadores interligados iniciariam um ferrenho combate entre si para estabelecer as realidades aparentes que cada um de seus donos buscaria e seria capaz de suportar. O grau de sofisticação

técnica das máquinas – e, portanto, o poder econômico do seu dono – acabaria impondo sua lei [69]. Assistimos à preparação de uma nova heráldica em que as divisas e os brasões estariam inscritos na própria realidade: a pessoa como escudo de si mesma. Um fenômeno que, do ponto de vista psicológico, poderia ser considerado também como a objetivação da couraça caracteriológica com a que se envolve a personalidade neurótica – e à que Wilhelm Reich dedicou um de seus mais conhecidos estudos [70].

Mas essa couraça era considerada até então sintoma de uma determinada patologia, uma aberração que poderia ser curada por um especialista. Era possível, portanto, vencer a barreira que o indivíduo colocava entre ele e os demais: um psiquiatra ou qualquer interlocutor esclarecido poderia fazê-lo, transpondo o muro e penetrando na fortaleza caracteriológica. A proposta da RV pretende, pelo contrário, converter essa couraça em algo físico – visto que física é a intervenção mediática do computador, da eletrônica –, em algo externo à mente e, portanto, irrecuperável a partir do momento em que ela se tornou parte da realidade física [71]. As patologias de ontem se transformaram na natureza do futuro.

Com a Realidade Virtual chegamos às últimas consequências da evolução das imagens. Durante um tempo podia-se apostar que essa culminação seria alcançada por meio dos famosos hologramas (realidade projetada e, portanto, externa). Mas o holograma não alcança a perfeição que a interação entre a mente e a eletrônica permite na RV. O holograma não deixa de ser um acréscimo a essa realidade externa ou física, quer dizer, um elemento decorativo. A proposta da RV é muito mais drástica e, por isso, deve ser levada muito mais a sério. O holograma se revela simplesmente como um sonho inocente de certa ficção científica integrada; a realidade virtual, por outro lado, parece tão inevitável que produz calafrios. É proveniente também da ficção-científica, mas de um ramo mais apocalíptico e crítico da mesma. Não seria uma tarefa inútil traçar a história da RV através da evolução desse gênero literário, o que, literalmente, suporia criar uma história do futuro. Muitos dos técnicos e cientistas de hoje foram, em seu momento, entusiastas da ficção científica (como também foi, à sua maneira, Ronald Reagan, que aprovou e tratou de impulsionar com entusiasmo infantil o SDI). A ideia se encontra nas obras de Dick, entre outros, mas

também em autores claramente reacionários como Paul Anderson ou Robert Heinlen. Esses dois últimos ajudaram a torná-la uma ideia positiva, ao situá-la na deslumbrante ideologia do progresso desenfreado. Mas nem tudo tem de ser negativo com o projeto de RV. Sua possível aplicação na cirurgia e na exploração espacial pode trazer um inestimável progresso, de alto valor social.

Em qualquer desses casos, entretanto, não se busca tanto a substituição de uma realidade por outra, mas a possibilidade de alcançar o espaço real de difícil acesso. A RV seria equivalente à construção de modelos científicos ou arquitetônicos, cuja função é eminentemente prática e cognitiva. De todo modo, a tendência social para uma substituição da realidade física por outra virtual, quer dizer, pela realidade das imagens, não começa, como vimos, com a RV, mas essa, ao contrário, representa um longo processo cuja trajetória procurei traçar. Com ela se faz patente mais uma vez a ideia de que a realidade é perigosa e mostra a tendência de buscar refugio na assepsia da técnica, entendida como uma nova natureza.

96

Com a RV, também a ideia de deslocamento sofrerá mudanças drásticas: já não será necessário ir a Marte se um computador pode reproduzir um ambiente marciano na sala de jantar (é um modo de dizer, pois, em realidade, Marte substituiria a sala de estar terrestre). Também vemos aqui uma manifestação da tendência geral, já expressada, de se fechar em casa, e ainda mais, no próprio corpo: a retirada da pessoa para dentro de si mesma, para o inconsciente, como a última realidade. A RV oferece-nos ir mais longe com um mínimo de deslocamento [72]. Aqui já não é mais apenas o tempo que se comprime, que se transforma em espaço, mas o mesmo espaço que desaparece no seu aspecto físico para terminar reduzido à não espacialidade da imagem.

NOTAS

1. Jim Jaramush, 1989.

2. Em inglês, o termo *homeless* tem uma conotação mais precisa: trata-se de um adjetivo substantivado por uma prática social muito determinada. Nos EUA, os *homeless* (sem teto) são marginais típicos, que saíram do sistema, mas não por vontade própria, como os *beatniks* ou os *hippies* de outrora, mas o que se considerava sem as qualidades necessárias para conviver com o resto da sociedade. O *homeless*, através de sucessivas degradações, chegou muito próximo ao limite do

sistema até que finalmente ultrapassou sua fronteira ao perder sua casa. Nos Estados Unidos, sem uma residência, nem sequer é possível a pífia assistência social que o Estado regateia até o limite. Curiosamente, há mais *homeless* brancos do que negros. Isso ocorre porque os negros fazem parte de uma pobreza endêmica que institucionalizou seus meios de subexistência. É o branco que realiza a descida ao inferno, o que se degrada até terminar como um sem teto.

3. O termo casa (*home*) engloba desde o domicílio, o local em que recebe o correio, até o sagrado lar que supõe de fato o lugar onde se reproduz o sistema. Podemos dizer que a casa não é tanto a morada de seus habitantes como também a residência do sistema. Sem a casa, sem o lar, o sistema não teria para onde ir. A degradação que pode sofrer uma casa ou o lar, até o mais simples domicílio, é considerada como uma descida até as portas do inferno, isso é, para a rua, de onde não há retorno possível. *Uma casa não é um lar* dizia o título de um filme.

4. Existem recuperações nesse sentido, como a Barcelona olímpica, ou a Paris do bicentenário: são cidades que apostam no festival posmodernista, mas nas quais ainda ficam os focos da cidade moderna, de Nova York e Los Angeles, que todas as cidades levam dentro de si como um câncer incurável.

5. Refiro-me ao filme de Franklin J. Schaffner (1968).

6. Passou-se, curiosamente, de um conceito linear (ordinal), em que subsistia uma evidente temporalidade, a outro espacial, geográfico. O conceito de Terceiro Mundo supunha a existência de níveis e, portanto, permitia a noção de passagem de um nível para o outro de progresso – por meio do famoso desenvolvimento –, enquanto que a divisão entre Norte e Sul é eminentemente estática – trata-se de posições geográficas e não políticas – por isso incapaz de revelar a possibilidade de alguma mudança.

7. Como indica Michel Ragon no livro *Historia mundial de la arquitectura y el urbanismo modernos* (Barcelona: Editorial Destino, 1979), no final do século XIX aconteceu em Paris um novo fenômeno no urbanismo, promovido por Haussmann, “a rua é que domina a cidade, e não a habitação, que parece secundária” (pág. 80). Pouco mais de um século depois, esse movimento iria se reverter.

8. Talvez o anterior pudesse ser uma resposta adequada à pergunta que fazia recentemente John K. Galbraith: “Não acabo de entender por que pensamos que nosso espaço interno de vida, incluindo nossos objetos de arte, deve refletir um bom *design*, um bom gosto e uma boa expressão artística, enquanto nosso espaço externo caiu na maior falta de atenção possível”. John Kenneth Galbraith. “El medio ambiente”, *El País*, 8/3/91, pág. 15).

9. J.G. Ballard, no romance *High-Rise*, inclui os três lugares no mesmo edifício.

10. Os gigantescos outdoors que colocados nestes vazios é uma tentativa de recuperar o controle perdido.

11. A. Moles e E. Rohmer, *Psicología del espacio*, Barcelona: Círculo de Lectores, 1990 (pág. 27).

12. A distinção entre fonte de uma consciência que se converteu em imaginário (o inconsciente) e lugar do imaginário – nesse caso, a cidade como representante de um espaço antes exterior, mas que agora conecta, por seu parentesco com o inconsciente, com o interior – não é de todo supérflua. Não há praticamente nenhuma dúvida em considerar a mente como a origem da imaginação humana e por outro lado, sabemos que essa imaginação, através da arte e da literatura, se projeta de alguma forma sobre a realidade. A única variação que proponho refe-

re-se que, na atualidade, os meios de comunicação processaram a realidade até convertê-la em imaginário. E que essa realidade imaginária é construída para nós por meio da linguagem do inconsciente, com o qual se procedeu a uma objetivação deste inconsciente; em um inconsciente que, dessa forma, se exteriorizou. Seria como se a realidade se tivesse transformado num espelho do nosso inconsciente; e assim seria se falássemos de um processo natural. Mas, como os meios de comunicação funcionam a partir de certa manipulação, é o nosso inconsciente que se converte em espelho dessa realidade manipulada que superficialmente parecer refletir.

13. Durante aquele período, ainda se escrevem e se leem livros de aventuras exóticas e de cowboys, como os de Karl May. E está prestes para que o faroeste cinematográfico alcance sua época de ouro. Mas esse fato não constitui se não a afirmação de outra aventura, a realista, a urbana, visto que os romances de aventura, no sentido estrito, abordam aventuras românticas localizadas num imaginário que ainda se encontra perfeitamente separado da realidade. O gênero da ficção científica, tanto no cinema como na literatura, precisa uma menção a parte, pois não coincide nem com a aventura romântica nem com a realista, ainda que possua elementos de ambas. Não sendo este o momento de analisar o fenômeno da ficção científica, limitar-me-ei a sinalizar que, quando a aventura realista se mesclou com a romântica, devido a um deslocamento do real para o imaginário, ela se transformou num novo realismo. Pensemos em todos os efeitos especiais como um esforço realista.

98

14. Recordemos também na cena do começo de *O Processo*, de Orson Wells, que narra a fábula de um homem que envelheceu aguardando em vão às portas da lei, esperando poder entrar. É interessante notar que as portas se fechavam antes da sua intenção de entrar, não de sair.

15. Um mundo a que os meios de comunicação tornam cada vez mais extenso tende a aceitar mais como dogma de fé do que como realidade imediata.

16. A glorificação da cidade em filmes como *A sinfonia de uma grande cidade*, de Walter Ruttmann, *Um homem com uma câmera*, de Dziga Vertov, é parte de um mesmo fenômeno, do qual também não escapam os filmes antagonistas da grande cidade, como *Amanhecer*, de Friedrich Wilhelm Murnau.

17. Projeto cuja suposta concretização coincide curiosamente com a conclusão do período de limpeza, que em Hollywood promoveram os mais ferrenhos partidários do McCarthismo.

18. No caso de *Alien*, poderíamos falar também do espaço interno-externo da casa, que se vê assediada pelos perigos do exterior-interior (os alienígenas como criaturas de outro espaço das ruas, versões modernizadas, ou pós-modernizadas, dos monstros materializados pela máquina do professor louco de *O planeta proibido*, de Fred M. Wilcox). Mas a verdade é que tanto a enorme e labiríntica astronave da primeira versão como a complicada colônia extraterrestre da segunda não deixam de apontar acertadamente para uma emblematização da cidade moderna com todas as suas perversões.

19. Daniel J. Boorstin, *The image*. Nova York: Atheneum, 1962. Um pseudo-acontecimento, segundo Boorstin, é aquele que não ocorre de forma autônoma, mas que é produzido, não como um engano específico, mas simplesmente mediante a promoção da suposta notoriedade de algo que em si não a tem. Um exemplo claro seriam os boletins meteorológicos, que ao longo dos anos acabaram se transformando em notícia, se não de primeira magnitude, ao menos de uma frequência inquestionável. Um furacão ou uma nevasca imprevista seria uma

ENQUANTO A CIDADE DORME

notícia genuína; o relatório diário das temperaturas, não. Mas se hoje se eliminassem os homens do tempo – uma ideia a considerar –, é garantido que a maioria dos telespectadores sentiria falta e choveriam cartas de reclamação nas redações dos telejornais, por considerarem como privação de um direito inalienável de conhecer o paradeiro cotidiano dos ciclones.

20. Uma das características mais destacadas da estética contemporânea é precisamente esta confusão entre verdade e mentira, entre realidade e ficção, entre realidade física e pseudo-realidades. É natural que diante deste panorama os antigos conceitos de falso e verdadeiro entrem em crise. Entretanto, no que se refere à ética, e a menos que se aceite com todas as consequências uma mudança de paradigma, é necessário referir-se ainda à plena significação desses conceitos, o que significa uma contradição com a assimilação da nova epistemologia até aqui expressada, mas nesta contradição reside um ansioso espírito de resistência. Uma coisa é aceitar como fato consumado uma mudança de visão do mundo e outra, muito distinta, é admitir, como faz a ideologia pós-moderna, as consequências de uma mudança moral.

21. Não há como menosprezar, nem muito menos, a função desenvolvida pela narrativa visual dos filmes e telefilmes – nesse fenômeno. Neste sentido, é necessário assimilar, ainda que seja de passagem, a utilização perversa que fez Hitchcock de lugares turísticos para as cenas culminantes de alguns de seus filmes. Citando de memória: Mont Rushmore em *Intriga internacional*; a Estátua da Liberdade, em *Agente Secreto*; San Francisco, em *Um corpo que cai*; Marrocos, em *O homem que sabia demais* etc. E, finalmente, não posso passar por alto um tipo de conhecimento peculiar, desenvolvido especialmente nos EUA, onde a população vive numa perpétua ignorância da geografia universal e só conhece a existência de outros países e lugares através das lições oferecidas pelas intervenções militares e políticas de seu governo no exterior. O que fica de Bagdá depois dos insensatos bombardeios da Guerra do Golfo será seguramente muito popular, como visitado e apreciado foram os restos de Dresden após os não menos insensatos bombardeios realizados no final da Segunda Guerra Mundial. Não é demasiado acrescentar que a presença dos nomes de Hiroshima e Nagasaki na memória coletiva mundial – mas, sobretudo, na dos americanos – se devem às duas únicas bombas atômicas lançadas sobre populações civis. Seria este o reverso do turismo, da mesma forma que o turismo é, de fato, o contrário, ou forma civilizada, do imperialismo.

22. Jean Baudrillard, *Simulations*. Nova York: Semiotext(e), 1983.

23. O turista, por definição, parte numa viagem organizada, por ele mesmo (com as óbvias limitações que a organização social contemporânea impõe nesta aparente liberdade individual) ou por alguma agência especializada. Em qualquer caso, ele vai em busca de algo predeterminado. A era dos descobridores ficou há muito para trás. Lembremos do lema do American Express, que se converte no emblema do novo viajante, de todo turista que se preze: “Don’t live home without it” – não saia de casa sem ele. Dessa forma, o cartão de crédito se converte num amuleto, em uma proteção contra os males do exterior-interior. Um elemento a mais adicionado à lista que demonstra nossa recuperação do pensamento mágico.

24. Um dos vídeos mais oníricos que se pode ver é o realizado por um morador de Los Angeles. Ele gravou clandestinamente como a polícia da cidade espancava um negro que acabava de ser detido. Evidentemente, a sensação onírica quem tem é o espectador, não o pobre homem que está recebendo a surra: as imagens suplantaram a realidade, mas não a esse ponto... De todas as maneiras, outra

prova de que a imagem está incorporando doses extras de realismo à própria realidade, ou seja, que as imagens são mais reais do que a própria realidade física e que por isso se conectam com essa realidade através do inconsciente – encontramos no estranho filme *Henry, retrato de um assassino* (John McNaughton, 1989), em que uma das cenas mais horripilantes é a do assassinato que vemos através de uma câmera de vídeo. A cena é tão horrível precisamente porque a vemos pela câmera de vídeo, e isso adiciona um realismo que o filme – como suporte fotográfico – não tem ou não o tem no mesmo grau. A imagem de vídeo, situada entre dois níveis cinematográficos: a cena dramática – o assassinato em si, que ocorre diante de ambas as câmeras – e o nível global que inclui o visor da câmera de vídeo mostrando a mesma cena, funciona como um catalisador da realidade, mas é, não esqueçamos, pura imagem. Se não fosse o visor indiscreto da câmera de vídeo, a imagem teria sido completamente neutra, não teria se dividido nestes dois níveis e, portanto, não teríamos a oportunidade de provar essa realidade supra-real que nos mostra o vídeo.

25. Não há dúvida de que a sensação de que o mundo inverteu as suas coordenadas – dentro, fora – tem suas raízes nessa externalização de nosso inconsciente.

26. Como indica Blanca Muñoz na excelente *Introdução às teorias da comunicação*, durante os últimos quarenta anos, as pesquisas nos EUA estão primordialmente voltadas ao estudo da manipulação da consciência. Blanca Muñoz, *Cultura y Comunicación*. Barcelona: Barcanova, 1989 (págs. 23-64).

100

27. Não estou tentando endossar nenhuma prática determinada, mas somente descrever um procedimento que justifica as razões de uma exploração capitalista da agricultura. Presumo que o uso de pesticidas pode ser evitado, mas com a adoção de um cuidado especial nos plantios, cujo cultivo deixaria então de ser, por razões óbvias, natural. Percebe-se, neste paradoxo, a possibilidade nada remota de que o capitalismo passe a ser considerado cada vez mais natural, enquanto suas alternativas sejam consideradas artificialidades.

28. Esse conceito de pureza é extremamente interessante, pois implica não somente uma ausência de pesticidas, mas também uma subsequente falta de germes e insetos. Ninguém compraria tomates orgânicos – a redundância do adjetivo já nos fala de sua qualidade imaginária – se estivessem livres de produtos químicos, mas cheios de parasitas. Da mesma forma, o tomate deve estar livre de outras pragas, como as mudanças bruscas de temperatura ou as deficiências do solo. Quer dizer, para conseguir a pureza os produtos devem estar livres não somente de agentes artificiais – quão artificial é um nitrato? –, mas também naturais – insetos, clima.

29. Até agora me limitei a buscar exemplos entre os produtos mais diretamente ligados com a natureza, como os vegetais, mas não devemos esquecer que as lojas naturalistas estão repletas de outros produtos altamente industrializados que levam a etiqueta de naturais e que vendem precisamente por isso. Existe, como sabemos, uma crescente indústria de produtos naturais com benefícios nada desprezíveis.

30. O fenômeno tem implicações mais amplas: o terceiro mundo está recebendo produtos que foram rejeitados faz tempo pelos padrões ocidentais.

31. É evidente que nesta imagem confluem as ideias de artificialidade e naturalismo de que cuja dialética acabo de falar. Considere a respeito o caminho que distancia o jardim romântico das praças de cimento e concreto de Barcelona, cujo *design* foi premiado em Oxford. O jardim (sempre a imagem de um determinado conceito de natureza) neste caso adquire tons de artificialidade – o ci-

ENQUANTO A CIDADE DORME

mento – para refletir o desejo de limpeza e durabilidade exigida pela antiga natureza, uma recordação nostálgica: uma imagem.

32. Nos Estados Unidos, a coleta de lixo é privada: se pagar, recolhe-se o lixo diariamente, caso contrário, o serviço básico, também pago, é feito uma vez por semana. As ruas dos bairros ricos não estão mais sujas por isso, pois as pessoas possuem trituradores nos sistema de esgoto ou sofisticadas prensas de lixo. Já nos bairros mais pobres, a sujeira é mais visível. De toda forma, a esse nível, como se vê, ainda se pode falar em termos sociológicos e, finalmente, tudo se resume a uma questão de classes sociais e de administração pública. Se entrarmos na questão da degradação da natureza, tudo assume outra dimensão. A visão se globaliza, e já não se fala mais de poluidores e poluídos, mas de ecossistemas, de troca de fluidos etc. etc.

33. Lendo a reportagem “Tal como es” (*El País, revista semanal*, 24/2/91, pág. 55), ficamos sabendo que o artista californiano Tom Van Sant completou, com a ajuda de um computador e milhares de fotografias, o que se pode chamar de a primeira imagem do planeta terra sem nuvens. Mas certamente essa Terra vista assim, sem nuvens, é o contrário: é como ela não é. Aqui confluem vários aspectos que já mencionei: primeiro, a limpeza natural, nesse caso a limpeza das nuvens que, segundo o projeto, poluiriam a visão; em seguida, a necessidade da mediação de uma máquina, o computador, que permite ver pela primeira vez a terra como ela é – ou como deveria ser –; e, por último, a imobilidade que se vê exatamente pela ausência das nuvens, que constituiriam, se presentes na foto, um sinal da mudança, do movimento. O desaparecimento, tecnicamente obtido, das nuvens, a assepsia da visão, envolve um conseqüente congelamento do tempo: essa Terra não é a que gira, que muda, é uma Terra imóvel, perfeitamente imóvel em toda a sua pureza, é de fato a essência da Terra.

34. Não me refiro concretamente a nenhum momento específico, mas àquele ponto na evolução das viagens espaciais em que a cativante imagem do nosso planeta, captada pelas câmeras localizadas nas cápsulas espaciais, começou a aparecer na televisão com certa assiduidade. Certamente uma imagem inusitada, tanto do ponto de vista visual como conceitual.

35. O conceito originário de Émile Benveniste, mais popularizado por sua aplicação à análise fílmica, originalmente feita por Jean Jacques Miller, “são os processos mediante os quais os textos fílmicos conferem subjetividade aos espectadores”. Kaja Silverman, *The subject of semiotics*. Nova York: Oxford University Press, 1983.

36. Um extenso momento que coincide com a valorização do artificial. Quando as enfermidades eram consideradas naturais – produto da natureza em seu estado mais daninho –, deveriam ser combatidas com a ciência e a técnica. Vale lembrar que, agora, as enfermidades são consideradas um produto da técnica – da indústria e suas poluições – e busca-se combatê-las recorrendo à natureza. Essa mudança deve ser analisada levando em conta a crescente confusão, já mencionada, entre os conceitos do artificial e a natureza. Sob essa nova luz, nos daríamos conta de que na realidade não se renuncia à técnica quando se apela para a nova natureza, mas que se transcende. A nova natureza é um estado que nasce da técnica, falando de outra forma, a técnica em determinado momento da sua evolução acaba por se converter em natural.

37. Assistimos ao nascimento de um mito que dá lugar a cultos bem concretos, sobretudo em lugares tão desenvolvidos como a Califórnia (pensamos na *New Age* e outros movimentos de tipo místico-ecologista), mas que responde a uma sensação geral que impregna, sobretudo, a maneira como a sociedade do capita-

lismo tardio se enfrenta com a natureza. Aclaro, não obstante, que o fato de enfocar o nascimento do fenômeno ecologista com esse particular ponto de vista, não quer dizer que minha postura diante as suas reivindicações seja negativa ou impertinente. Penso que se trata de duas coisas distintas, e que a pilhagem do planeta pelos mecanismos predadores do capitalismo é absolutamente real; e mais, me atrevera a adicionar que esta nascente mitologia, como todas as outras, o que faz é mascarar precisamente o fenômeno de base, que é nem mais nem menos a destruição da natureza em benefício das multinacionais.

38. O mito, uma vez definido, pode alcançar diferentes níveis de radicalidade e, portanto, pode-se considerar que a visão objetiva e distante de nosso planeta equivale a uma separação ente a mãe natureza e seus filhos. Uma separação associada à entrada da humanidade no seu período de maturidade. Quero salientar que esse pensamento pode ser alegórico, no sentido de que se articula dentro de uma estrutura fechada, mediante a utilização de imagens de segunda mão. Também é interessante assinalar que esse nível de mito poderia ser, sem dúvida, aproveitado pela teoria analítica lacaniana, para tirar saborosas conclusões, pois é nele que encontramos os elementos necessários da mãe e do filho (ou filha) e o espelho. Gostaria de aproveitar a ocasião para distanciar-me de análises desse tipo, em que os conceitos deixam de ter o valor de representações mentais dos sujeitos, ou seja, mecanismos simbólicos que orientam a ação, para passar a entender como fenômenos estritamente naturais que, no caso de Lacan, como também de Freud, mais idealista, extrapolam muitas vezes além do indivíduo. Quero deixar claro então a distinção que faço entre fenômenos interpretados como naturais, mitologizados, e a materialização dos mitos, convertidos em mecanismos físicos. Uma coisa é afirmar que a relação da pessoa com as imagens suscita determinadas estruturas de interpretação do mundo; e outra muito distinta é propor a existência destas estruturas ou de outras similares como um fato absoluto, que não é mais que simplesmente um passo natural da evolução do Eu – como seria o caso do estágio do espelho lacaniano –, mas também antropofornizando o social através de atribuições de categorias que em todo caso são individuais. Quando afirmo, por exemplo, que nosso inconsciente se exteriorizou e, portanto, se materializou, estou falando de um mecanismo histórico provocado pela evolução das imagens – que não tem outro significado que a sua relação com a pessoa – e que foi aproveitado consequentemente por determinada indústria cultural em processos cada vez mais conhecidos de engenharia da consciência. Não estou fazendo nem uma interpretação absoluta da evolução social nem da formação da personalidade.

39. Siegfried Kracauer, “The Cult of distraction: on Berlin’s Pictures Palaces”, in *New German Critique* 40 (inverno de 1987).

40. Paolo Marconi, *La città come forma simbolica (studi sulla teoria dell’architettura nel rinascimento)*. Roma: Bulzoni Editore, 1973.

41. Recordemos o paradigma criado em torno do tema da relação entre o homem e o cosmo através dos conceitos de microcosmos e macrocosmos que, embora mais antigos, adquirem a partir do Renascimento e por meio do neoplatonismo a sua máxima expressão.

42. O possível entendimento da perspectiva como uma visão, uma construção, masculina, do espaço, não quer dizer que tenha que ser a única construção masculina possível, nem tampouco que esgote completamente as possibilidades expressivas da época; tampouco tem por que esgotar, esta interpretação, no sentido da técnica da perspectiva.

43. Jean Delumeau, *La reforma*. Barcelona: Editorial Labor, 1967. Delumeau

não é o responsável por esta interpretação, mas só de alguns pressupostos factuais distintos dos meus.

44. Alexandre Koyré, *Del mundo cerrado al universo infinito*. México: Siglo XXI Editores, 1979.

45. Delumeau, op. cit. pág. 270.

46. Durante esse período, essas tarefas eram da responsabilidade dos pregadores. As imagens do românico e do gótico eram apenas ilustrações das referências teóricas dos pregadores, sem conter em si uma retórica como mecanismo próprio.

47. *Emblemas regio políticos*, de Juan de Solorzano, edición a cargo de Jesús María González de Zárate. Madrid: Ediciones de Tuero, 1987 (pág. 189).

48. Michel Ragon. *Historia mundial de la arquitectura y el urbanismo modernos*. Barcelona: Editorial Destino, 1979, pág. 80.

49. Ragon, op. cit., pág. 82.

50. Nesse sentido é interessante a obra de Colleen McDannell y Bernhard Lang, *Heaven*. New Haven: Yale University Press, 1988. Mas o filme de Diane Keaton, *Heaven* (1988) não está isento de interesses, para se aproximar de uma radiografia da imaginação contemporânea.

51. Alexander Koyré. *Del mundo cerrado al universo infinito*. México: Siglo XXI Editores, 1979, pág. 9.

52. Será possível fazer uma comparação entre os regulamentos de Ignacio de Loyola e a forma e utilização destas máquinas? Fica pendente a resposta até uma revisão, nesta nova luz, do livro de Roland Barthes *Sade, Fourier, Loyola*.

53. Alguns podem crer que essa afirmação é colocar Marx de cabeça para baixo e deixar Hegel como estava. Aconselho a não se precipitar. A relação entre estruturas e superestruturas complicou-se enormemente nos últimos 50 anos e, se bem que a afirmação de que os meios materiais de subsistência condicionam a consciência da realidade segue sendo válida, já não é tão fácil acreditar que esses meios materiais estejam limpos de pó e da palha da consciência, especialmente quando está cientificamente manipulada. Ao longo desse estudo, procurei fazer uma distinção entre o mundo material (do qual nossa civilização foi afastada pouco a pouco) e a percepção deste mundo, que pode ser múltipla e mutante. Os novos meios de produção que durante o Renascimento atingiram o auge frente ao antigo regime feudal, contribuíram para desenvolver uma nova visão do mundo, de que a perspectiva visual dava conta. Mas também é verdade que as técnicas da perspectiva por si só criavam uma nova organização conceitual do espaço que ficou somente na consciência até o momento em que sua pressão conseguiu materializar-se em uma forma que ia mais além de uma simples visão em perspectiva, criando uma verdadeira perspectiva física, uma acomodação dos volumes segundo esse tipo de organização.

54. Note-se que a materialização de um determinado espaço, na nossa era das imagens, supõe de fato uma desmaterialização do espaço material. Ou seja, que a concretização do espaço hipnótico na realidade virtual marca o início da dissolução eletrônica e definitiva da realidade física.

55. As imagens, desde a fotografia até a computação gráfica, passando pelo cinema e vídeo, cada vez mais vem ganhando autonomia. Desde as primitivas fotos que precisavam de um tempo grande de revelação até a instantaneidade do vídeo há um longo caminho. A computação gráfica não está totalmente desenvolvida e, portanto, não se pode decidir que ofereça nenhuma vantagem com

relação ao vídeo na questão de instantaneidade, mas sim no que se refere à plasticidade. A computação gráfica é um vídeo ativo que não precisa de uma realidade de base como ponto de partida, pois ela cria a sua própria. A RV constitui, pois, o passo seguinte: a criação de uma realidade com a instantaneidade que o vídeo utiliza para reproduzir a realidade física.

56. Novamente temos que nos referir a Philip K. Dick. Em um dos seus primeiros romances, *Eye in the Sky* (1957), o protagonista penetra em quatro realidades diferentes pertencentes a distintas personalidades psicóticas. Cada um dos episódios é regido pela lógica da personalidade correspondente (materializada em um determinado mundo). É o mais parecido que se pode encontrar ao que é fornecido pela RV.

57. Karin Ohlenschlager, “Entre sueños digitales y mundos virtuales”, *Cinevideo* 20, no. 68, oct. 1990 (págs. 30-35).

58. Sou consciente de que estou misturando níveis conceituais distintos: a televisão é um meio e a publicidade é uma linguagem muito específica. Mas não acho que seja demasiado arriscado tratar, ainda que de forma provisória, a televisão como linguagem e a publicidade como meio, e ambas como instituições.

59. O fenômeno se ampliaria no momento em começássemos a estudar o papel das fundações no desenvolvimento da arte contemporânea, e a vinculação de muitas destas fundações com a indústria.

60. Pensamos nos aviões F-18 cujo *design* ultramoderno criou tanta fascinação entre o público, e não somente o americano, nos fazendo esquecer de sua capacidade mortífera.

61. Enric Satue, *El diseño gráfico*. Madrid: Alianza Editorial, 1989.

62. Para a tese aparentemente oposta, ver os trabalhos já clássicos de Jean-Louis Comolli (*Technique and ideology: Camera, perspective, depth*) e Jean-Louis Braudy (*Ideological effects of the basic cinematographic Apparatus*), Philip Rosen, *Narrative, apparatus, ideology*. Nova York: Columbia University Press, 1986 – que tentam provar que o aparato cinematográfico reflete em sua constituição estrutural a ideologia do capitalismo. Eu mesmo, nos primeiros capítulos do livro *La Violación de la Mirada*, deixei registrado que o meio cinematográfico, a estrutura desse meio era consequência direta da reorganização da sociedade mundial que se origina com a internacionalização do capitalismo através das companhias multinacionais. Mas continuo acreditando que uma coisa é que certo descobrimento revela na sua estrutura as características de uma visão de mundo que estão em suas raízes, e outra, muito distinta, de que o descobrimento é feito como consequência de programas, necessidades e interesses diretamente ligados a uma corporação. Lembremos que foram as grandes produtoras cinematográficas que se formaram ao sabor do vento do desenvolvimento do meio cinematográfico e não o contrário. O exemplo mais concreto se pode encontrar sem dúvida, na RV, a qual, ao contrário do cinema, surge de uma concreta necessidade industrial.

63. A fotografia e o cinema na sua forma definitiva também resultaram do desenvolvimento de várias pesquisas individuais e isoladas, mas a verdade é que nenhum dos dois precisou da inclusão no meio corporativo para poder desenvolver sua linguagem própria. As câmaras fotográficas de hoje, apesar dos vários aperfeiçoamentos, são basicamente iguais às primitivas e com elas não se pode conseguir nada que não está predefinido nelas. No caso do cinema, ainda que seu desenvolvimento esteja comprometido com a grande indústria, privada ou estatal, todas as suas possibilidades estavam contidas no trabalho dos pioneiros, como o caso de Méliès, entre outros que comprovam. Que não foi assim

ENQUANTO A CIDADE DORME

com a televisão, que nasceu como possibilidade aberta, como plataforma, que as grandes corporações foram moldando ao seu gosto.

64. O espaço barroco, o espaço neoclássico, entre outros, eram a seu modo uma realidade induzida. A diferença com a RV que agora nos ocupa não está no fato de que esta realidade seja virtual, enquanto as outras alcançam a plena fisicalidade, já que a virtualidade da realidade eletrônica é um componente estilístico da mesma e não uma deficiência.

65. A maioria das informações referentes à RV foi copilada a partir de minhas anotações durante as conferências realizadas no Instituto Americano de Barcelona, durante a *Art Futura 1990*, assim como do programa do festival editado pela Prefeitura da cidade. A informação a respeito dos outros tipos de espaços e questões relacionados provém das apresentações realizadas no Centre d'Art Santa Monica de Barcelona, durante el *Art Futura 1991*.

66. Não esqueçamos que, durante a Guerra do Golfo, os norte-americanos fizeram valer sua superioridade ética e técnica. De fato, o próprio presidente Bush fez essa comparação quando, durante o discurso sobre o Estado da União em janeiro de 1991, disse que “seu país é o único em todo o mundo que tem uma estrutura moral e os meios adequados para dirigir as forças de paz”. Logo se viu que o envio das forças técnico-militares também se pretendia – e de fato se conseguiu – capturar a imaginação de milhares de cidadãos de todo o mundo que, nostálgicos dos videogames e outros *gadgets*, não puderam evitar cair na armadilha.

67. A força aérea americana está desenvolvendo o projeto de uma cabine de avião em que o piloto poderá dispensar da visão direta do exterior. Esta visão será substituída por imagens do espaço real, processadas por computador. Espera-se que o piloto possa chegar a apontar a arma apenas olhando o alvo (a imagem do mesmo no monitor). Sebastián Serrano, “Nuevas tecnologías permiten vivir en irreales mundos de ordenador”, *El País*, 17/1/90, *Suplemento Futuro* (pág. 3). Recordemos do ditado “onde ponho o olho, ponho a bala”.

68. O psiquiatra López-Ibor manifestou em uma entrevista pelo rádio de uma emissora sintonizada ao acaso, e que, portanto, não consegui identificar, que se a saúde do corpo se manifesta mediante um silêncio do mesmo, quer dizer, a ausência de qualquer manifestação corporal que faça notar a existência desse corpo, a saúde mental requer também um silêncio equivalente. Este silêncio não parece ser outra coisa senão a ausência do pensamento, e isso seria comparável a uma patologia. Uma pessoa sã seria, seguindo esta lógica, a que não pensasse, aquela que se expressasse somente através da ação. Vale lembrar que este é um dos mais queridos pressupostos do pragmatismo filosófico americano e da sua sequela psicológica, o behaviorismo. Não é de estranhar que a RV surja e se desenvolva nos Estados Unidos, que, como vimos, não é a consequência de um desenvolvimento natural da técnica, mas a materialização de elementos ideológicos que estão na base dessa sociedade.

69. No final das contas, o mesmo ocorre hoje com as revistas de fofocas. Não estou fazendo piada: isso significa que o projeto vem satisfazer de forma absoluta uma necessidade já estabelecida.

70. Wilhelm Reich, *Análisis del carácter*. Buenos Aires: Ed. Paidós, 1965.

71. A cirurgia plástica poderia ser considerada um antecedente da RV ou é progresso dela. Sem dúvida, existem diferenças fundamentais entre as duas técnicas; entre elas o que separa é uma questão de grau. A cirurgia plástica – como a arquitetura ou o design – atua sobre uma parte da realidade e permite, portanto, um controle sobre a mudança. A RV significa, pelo contrário, a substituição ab-

A CIDADE E A IMAGEM

soluta de uma realidade por outra. Não seria como ver um amigo com o rosto mudado por uma operação estética, mas como entrar na mente de quem procurou essa mudança.

72. Lembremos da viagem a Marte de Schwarzenegger em *O Vingador do Futuro*, filme baseado num conto muito mais interessante do inevitável Philp K. Dick, *We can remember all for you*. O resto do ano, só fica a cidade. A cidade que está se convertendo em um lugar inóspito. Uma declaração que é concreta em alguns países industrializados e na maioria dos pós-industrializados, em especial naquele que é o espelho do mundo: A América do Norte.

REFERÊNCIAS

ARMITAGE, John y Bishop, Ryan. **Virilio and Visual Culture**. Edinburgh: University Press, 2013.

ARNHEIM, Rudolf. **Pensamiento visual**. Buenos Aires: Editorial Universitaria, 1971.

AUMONT, Jacques. **La estética hoy**. Madrid: Cátedra, 2001.

_____. **La imagen**. Barcelona: Paidós, 1992.

BAL, Mieke. **Conceptos viajeros en las humanidades**. Murcia: Cendeac, 2009

BARBIERI, Daniele. **Los lenguajes del cómic**. Barcelona: Paidós, 1993.

BREA, José Luis (Ed.). **Las tres eras de la imagen**. Madrid: Akal, 2010.

BRUSATIN, Manlio. **Historia de las imágenes**. Madrid: Julio Ollero, 1992.

BRYSON, Norman. **Visión y pintura. La lógica de la mirada**. Madrid: Alianza, 1991.

BURNETT, Ron. **How images think**. Cambridge: The MIT Press, 2004.

CATALÀ, Josep M. **A forma do real**. São Paulo: Summus Editorial, 2009.

_____. **Pasión y conocimiento**. Madrid: Cátedra, 2009.

_____. **La imagen compleja**. Bellaterra: Servicio de publicaciones de la UAB, 2005.

DE LA FLOR, Fernando R. **Lecturas de la imagen simbólica**. Madrid: Alianza, 1995.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Ante la imagen: pregunta formulada a los fines de una historia del arte**. Murcia: Cendeac, 2010.

_____. **Cuando las imágenes toman posición**. Madrid: Machado Libros, 2008.

DIKOVISKAYA, Margaret. **Visual culture. The study of the visual after the cultural turn.** Cambridge: The MIT Press, 2006.

ELKINS, James. **How to use your eyes.** Nueva York: Routledge, 2009.

_____. **The domain of images.** Ithaca: Cornell University Press, 1999.

GRAU, Oliver and VEIGL, Thomas (Eds.). **Imagery in the 21st. century.** Cambridge: MIT, 2012.

GRAU, Oliver. **Virtual Art. From Illusion to Immersion.** Cambridge: The MIT Press, 2003.

HEYWOOD, Ian y SANDYWELL, Barry. **Interpreting Visual Culture.** Explorations in the hermeneutics of the visual. Londres: Routledge, 2005.

HILL, Charles y HELMERS, Margerite. **Defining visual rhetoric.** Londres: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2004.

108

JOLY, Martine. **Introducción al análisis de la imagen.** Buenos Aires: La MARCA editora, 2009.

JONES, Amelia (Ed.). **The feminism and visual cultural feader.** Londres: Routledge, 2010.

KULVICKI, John V. **On images. Their structure and content.** Oxford: Clarendon Press, 2006.

MALCOM, Gran. **Multidisciplinary approaches to visual representations and interpretations.** Nueva York: Elsevier, 2004.

MANOVICH, Lev. **El lenguaje de los nuevos medios.** Barcelona: Paidós, 2005.

_____. **Software takes command.** Nueva York: Bloomsbury, 2013.

MARGOLIS, Eric, y PAWELS, Luc. **The sage handbook of visual research methods.** Los Angeles: Sage, 2011.

MITCHELL, W.J.T. **Picture Theory.** Chicago: University of Chicago Press, 1994.

_____. **What do pictures want?** Chicago: The University of Chicago Press, 2005.

MIRZOEFF, Nicholas. **Visual culture reader.** Londres: Routledge, 1998.

ROSE, Gillian. **Visual methodologies.** Londres, Sage: 2001.

SCHAPIRO, Guy. **Archaeologies of vision.** Chicago: The University of Chicago Press, 2003.

STAFFORD, Barbara Maria. **Good looking:** Essays on the virtue of images. Cambridge: The MIT Press, 1997.

SILVERMAN, Kaja. **El umbral del mundo visible.** Madrid: Akal, 2009.

STOICHITA, Victor I. **La invención del cuadro.** Barcelona: Edicionel del Serbal, 2000.

_____. **Cómo saborear un cuadro y otros ensayos de historia del arte.** Madrid: Cátedra, 2009.

109

VARIOS AUTORES. **El pensador vagabundo.** Estudios sobre Walter Benjamin. Madrid: Entelequia, 2011.

WARDRIP-FRUIN, N. & HARRIGAN, P. **First person.** New media as story, performance and game. Cambridge: The MIT Press, 2004.



CIDADE, PAISAGEM, FOTOGRAFIA, EMBLEMAS

Dulcilia Helena Schroeder Buitoni

Dentro do grande tema imagem e cidade, a proposta é discutir conceitos espaciais de cidade e paisagem para serem aplicados à reflexão sobre a fotografia jornalística. Em forma de ensaio, articularemos conceitos de geografia e arquitetura com reflexões de estudos visuais, procurando aproximar a pesquisa de imagem a outras áreas de saber. Autores como Milton Santos e Lucrécia D’Alessio Ferrara entram em diálogo com textos de Pepe Baeza e Josep Català, entre outros, na procura de elementos teórico-metodológicos. A contraposição construções urbanas/paisagem permitiu analisar representações emblemáticas recorrentes do Rio de Janeiro e São Paulo na revista *Veja*; a questão do estereótipo também foi abordada.

111

Fotografia, espaço e cidade

Assim que a fotografia começou a se disseminar no mundo ocidental, as cidades se tornaram imediatamente objeto dos fotógrafos. Afinal, construções, ruas, jardins e monumentos eram o entorno em que fotógrafo e câmera se situavam. Pessoas também eram registradas, mas fotografia é primeiramente espacial. Representadas em desenhos e gravuras, as cidades já vinham sendo acompanhadas de todo um imaginário figurativo. Quando a fotografia surgiu, muitas cidades tinham consolidado determinadas imagens que sintetizavam sua identidade visual.

Pretendemos apontar razões da escolha de certos recortes emblemáticos de uma cidade, por parte da imprensa. Por que a primeira imagem de Paris é a Torre Eiffel? Por que Londres é o Big Ben, Nova York é o Empire State ou a Estátua da Liberdade? Por que São Paulo é o Copan e o Rio o Pão de Açúcar ou o Cristo Redentor? Por que o Rio é mais paisagem e São Paulo é arranha-céu ou a Avenida Paulista? Não faremos uma arqueologia da construção simbólica de imagens identificatórias, mas buscaremos articulações em épocas mais contemporâneas. Tampouco trabalharemos com as noções de clichê – todos os exemplos anteriores são clichês. Serão discutidos alguns conceitos que auxiliem a compreensão da fotografia jornalística que tem como propósito identificar uma cidade por meio de certas configurações facilmente reconhecíveis. De início, a perspectiva escolhida é observar na imagem publicada se há predomínio de natureza ou de edificação urbana. Para analisar fotografia jornalística e a cidade, é importante distinguir os elementos que são selecionados para o recorte que visa uma identificação imediata. Nesse sentido, diferenciar componentes do urbano pode ser um caminho de reflexão na relação fotografia/cidade. Nos jornais e revistas, por que algumas cidades são fundamentalmente paisagem e outras são edifícios, igrejas, monumentos? Quais são os focos preferenciais do fotojornalismo que busca representar cidades?

Até um fotógrafo cego tem inscritas em sua memória determinadas imagens de cidade. Evgen Bavcar, cego desde os 11 anos, fotografa pessoas, paisagens, monumentos, cenas. Ele diz:

Percebi o Rio e seu grande Cristo à chegada, como vi certa vez num livro amarelado. Essa imagem quase esquecida veio à tona quando R. indicou-me a direção do grande Redentor. (...) Em São Paulo, quis visitar uma plantação de café dissimulada junto aos prédios recém-construídos que açambarcam os campos verdes de outrora (Bavcar, 2003: 79).

Este trabalho faz parte de uma ampla pesquisa sobre imagem e cidade, que vem sendo desenvolvida nos últimos anos. As imagens do Rio de Janeiro e de São Paulo publicadas em revistas nas

décadas de 1950 e 2000 constituem o objeto principal e já foram analisadas em artigos anteriores. No entanto, inquietações – que talvez deveriam ter sido preparatórias – foram aparecendo no decorrer da pesquisa, durante a análise de uma amostragem já bastante numerosa. Como o urbano é tratado pelo fotojornalismo? Como a paisagem é mostrada? Mais distinções se fazem necessárias, entre a paisagem relacionada à natureza e a imagem “urbana”, que retrata os equipamentos construídos pelo homem. Do mesmo modo que Margarita Ledo (1998: 66), acreditamos que a fotografia de imprensa e a foto documental não podem se separar da construção do olhar através da mimese e do efeito-realidade.

Jornais e revistas operam com recortes seletivos de fragmentos de espaços da cidade. No caso de fatos jornalísticos específicos, são fragmentos que servem de cenário à ação. Porém, quando a matéria pede uma imagem mais emblemática, esses recortes tendem a fixar determinadas imagens que trazem forte carga simbólica construída ao longo de décadas ou mesmo séculos.

Charles Monteiro (2006: 12) aponta que os primeiros trabalhos sobre história, fotografia e cidade no Brasil remontam aos anos de 1970; entre eles está o mestrado de Boris Kossoy em 1978, sobre a documentação fotográfica de São Paulo feita por Militão Augusto de Azevedo. Monteiro também cita pesquisas de Ana Maria de S. A. Mauad (1990), Miriam Moreira Leite (1993), Annateresa Fabris (1997) e Rubens Fernandes Jr. (2002), entre outros. Quase todos os autores que defendem critérios de classificação das imagens sugerem que devam ser constantemente revisados, apesar de que, segundo Baeza (2001: 28-29), a crescente complexidade da comunicação de massas e o desdobramento em novos usos e aplicações da imagem ofereça intersecções complexas

113

*Jornais e revistas
operam com recortes
seletivos de fragmentos
de espaços da cidade,
imagens com forte carga
simbólica constituída ao
longo dos anos*

e categorias difíceis de situar. Para ele, ensaiar formas de classificar as imagens contemporâneas é uma maneira de preservar a função crítica frente à proeminência de seus usos persuasivos. Essa tarefa não é uma mera formalização pois:

(...) estabelecer classificações é a melhor maneira de sublinhar a singularidade de cada tipo de imagem e, conseqüentemente, de opor-se à uniformização do gosto que é, em definitivo, o mais sutil e depurado mecanismo de controle de mercado. Essa uniformização se estabelece assim sobre o empobrecimento que provocam essas fórmulas rígidas que chamamos estereótipos e que, como indica Adorno, definem o modelo de comportamento do espectador, por cima do questionamento dos conteúdos específicos (Baeza, 2001: 29).

114

Não basta, portanto, mapear os elementos espaciais de uma fotografia; precisamos indagar sobre a construção de visualidades urbanas e sobre conceitos definidores de espaço. Milton Santos aponta caminhos:

Para interpretar corretamente o espaço é preciso descobrir e afastar todos os símbolos destinados a fazer sombra à nossa capacidade de apreensão da realidade. Isto quer dizer que não é suficiente tentar interpretar diretamente a paisagem nos seus movimentos, nem trabalhar exclusivamente levando em conta os elementos que a compõem (Santos, 2012: 59).

Características físicas plasmadas com simbolismos sempre estão nas fotografias que captam cidades e, mais ainda, nas que buscam claramente acentuar uma identidade urbana.

Espaços: construção e paisagem

Para trabalharmos sobre a escolha de imagens que representem uma determinada cidade, a diferença entre espaço e lugar for-

nece pistas metodológicas. Lucrecia D'Alessio Ferrara (2007) recorre à distinção feita por Milton Santos, que aponta razões para que um determinado espaço se transforme em lugar. O meio ecológico, instituições, infra-estruturas e a utilização feita pelos homens são variáveis que permitem a concretização do lugar. Nesse sentido, Lucrecia utiliza os termos espaço e lugar:

(...) para expressar a transformação de um determinado ambiente urbano que, sob o impacto perceptivo do usuário – atenção, observação e comparação –, abandona a homogeneidade que o faz ilegível e se transforma em lugar, ambiente de percepção e leitura, fonte de informação urbana (Ferrara, 2007: 38).

É muito importante, então, o papel do observador. A autora distingue ainda o espectador e o usuário urbano:

(...) de um para outro, há menos uma questão de desenho da cidade ou de sua comunicação visual do que uma questão de imagem perceptiva, de um juízo valorativo sobre a cidade; em outras palavras, esse juízo supõe a leitura e a interpretação daquele fragmento urbano selecionado a partir da “dominante” estrutural escolhida para nortear a leitura (Ferrara, 2007: 39).

Queremos aqui reforçar as diferenças entre o espectador – o não habitante da cidade, que pode ser o leitor que vive em outras localidades – e o usuário que vive naquele espaço urbano. As duas percepções acabam interagindo quando transpostas para um meio impresso ou digital: o leitor de outra cidade identifica características que já reconhece de publicações passadas; por sua vez, o usuário também se contagia por antigas representações já consolidadas, ao mesmo tempo em que contribui para transformações de interpretação.

Num artigo sobre fotografia e história, Ana Maria Mauad (2004), distingue cinco categorias espaciais: o espaço fotográfico, o

espaço geográfico, o espaço do objeto, o espaço da figuração e o espaço da vivência. Interessa-nos aqui a distinção entre o espaço fotográfico – recorte espacial processado pela fotografia –, que inclui a natureza do espaço, como está organizado pelo olhar do fotógrafo; e o espaço geográfico, que compreende o espaço físico representado pela fotografia: locais retratados, oposições cidade e campo, espaço interno e externo. Os atributos da paisagem estão contidos no espaço geográfico. Enquanto o espaço fotográfico corresponde ao plano da expressão, o espaço geográfico corresponde ao plano do conteúdo.

116

O diálogo com Milton Santos e Lucrécia Ferrara avança no sentido de considerarmos a paisagem como pertencente tanto ao plano da expressão quanto ao plano de conteúdo. Os elementos físicos do espaço – plano do conteúdo – são continuamente modificados pela ação humana, fator que já envolve o plano da expressão. Porém, o plano da expressão manifesta-se principalmente pela ação do fotógrafo e pela edição praticada pelos editores de imagem, dentro do contexto da proposta editorial daquele veículo midiático. Milton Santos mostra a interação entre os objetos naturais e os objetos sociais. Um centro urbano de negócios, uma periferia urbana, uma região produtora de café, tudo isto são paisagens, formas mais ou menos duráveis, no dizer de Milton Santos (2012: 53). Para ele, a paisagem compreende dois elementos: os objetos naturais, que não são obra do homem; e os objetos sociais, testemunhas do trabalho humano no passado e no presente. Assim, a paisagem nada tem de fixo ou de imóvel:

Cada vez que a sociedade passa por um processo de mudança, a economia, as relações sociais e políticas também mudam, em ritmos e intensidades variados. A mesma coisa acontece em relação ao espaço e à paisagem que se transformam para se adaptar às novas necessidades da sociedade (Santos, 2012: 54).

Mesmo que habitemos cidades em constantes transformações, com desconstruções e construções, há uma tendência da mídia em fixar imagens emblemáticas. Todavia, é importante considerar a paisagem em termos da mudança de seus objetos sociais. Ainda que uma

imagem seja selecionada para indicar determinada cidade, precisamos pensar nas camadas de tempo que configuraram esse espaço:

Considerada em um ponto determinado no tempo, uma paisagem representa diferentes momentos do desenvolvimento de uma sociedade. A paisagem é o resultado de uma acumulação de tempos. Para cada lugar, cada porção do espaço, essa acumulação é diferente: os objetos não mudam no mesmo lapso de tempo, na mesma velocidade ou na mesma direção (Santos, 2012: 54).

A definição de paisagem sempre apresentou dificuldades aos estudiosos de geografia, filosofia, história e arquitetura, entre outras. Muitos autores consideraram a paisagem principalmente pela matriz da natureza. Lucrécia Ferrara (2012: 44) nos diz que é indispensável “operar/produzir a evidência dos elementos que a distinguem da natureza”. Assim, a construção cultural que configura e atualiza a natureza como paisagem precisa ser evidenciada, ainda mais se trabalhamos com representações midiáticas. Se a imagem publicada de uma cidade privilegia aspectos da natureza ou do urbano, reflexões sobre comunicação e representação se tornam imprescindíveis.

117

A paisagem corresponde a uma forma visual da materialidade urbana, mas construída pelo imaginário que se amplia em múltiplos contornos. Nessa expansão, atinge a complexidade de um espaço qualificado como ambiente, onde toda a informação se organiza através de técnicas, tecnologias, produções, trocas, sentimentos e vida que, sem distinção, se misturam e permitem pensar em uma ecologia da cidade através das mídias que a registram (Ferrara, 2012: 47).

Quando selecionam apenas alguns aspectos da cidade para torná-los signos identitários, as revistas contribuem para reforçar e validar apenas algumas configurações de uma ecologia que é muito mais complexa.

A CIDADE E A IMAGEM

Paisagem enquanto forma, a imagem corresponde a uma seleção perceptiva estética que, de modo espetacular, produz manifestações autoidentitárias da cidade, até transformá-las em seus registros emblemáticos. Nesse sentido, a paisagem transformada em imagem da cidade constitui elemento visual que nutre a cultura urbana e a torna inconfundível (Ferrara, 2012: 47).

A autora propõe uma semiótica da paisagem, em que esta surge como uma configuração da natureza, entendida como representação e signo da natureza:

(...) a paisagem não se confunde com espaço, território, meio ou acidentes geográficos naturais e, muito menos, com marcas históricas, por mais proeminentes que sejam como sinalizadores do fazer transformador do homem; (...) não se pode confundir natureza, espaço, território, campo ou cidade como sinônimos de paisagem (Ferrara, 2012: 45).

118

Revistas e jornais tendem a considerar paisagem principalmente pelo aspecto natureza. Esse tipo de paisagem incide principalmente nas construções imagéticas sobre a cidade do Rio de Janeiro. Embora a autora trabalhe com conceito de paisagem como forma da materialidade da natureza (Ferrara, 2012: 45), mas modificada pelo homem, há uma relação com a apreensão fugaz:

Na sua densidade visual, a paisagem só pode ser apreendida na fugacidade de um instante; portanto e enquanto espacialidade que a comunica, a paisagem não tem tempo ou seu tempo é falso porque está sempre presente (Ferrara, 2012: 46).

No caso de paisagens, a não percepção do tempo se sobressai. As fotos de turismo buscam a intemporalidade; predominantemente descritivas, exploram paisagens naturais e culturais sem incluir ação

humana específica: quase sempre os seres humanos são meros figurantes, não protagonistas. A presença humana em fotografias pode implicar em narrativa – as imagens vencedoras do World Press Photo sempre têm personagens, sempre pressupõem narrativas.

O arquiteto e urbanista Jorge Wilhelm aponta a não naturalidade da cidade:

Pois as cidades não constituem fenômeno natural e sim atos de cultura, *lato sensu*. A cidade transforma o sítio natural. Essa transformação revela um vínculo entre espaço e cultura, a meu ver ainda insuficientemente estudado por aqueles que se debruçam sobre a história das cidades brasileiras (Wilhelm, 2011: 21).

As cidades são atos de cultura e a representação fotográfica das cidades também é um ato de cultura. As relações entre paisagem e seus habitantes são viscerais. Wilhelm descreve essa interação:

119

Na cidade, as atividades das pessoas e da sociedade como um todo movimentam e animam a paisagem urbana. São, ao mesmo tempo, fruidores da paisagem e protagonistas de sua criação e transformação. A relação entre pessoas e paisagem é inescapável: ela penetra na sensibilidade e no subconsciente, quando não na própria consciência. Para o bem ou para o mal (Wilhelm, 2011: 58).

Paisagem é descrição. O texto de um calendário de 2013, com paisagens da Toscana clicadas pelo fotógrafo italiano Andrea Rontini, mostra a busca por essa relação temporal estática: “o tempo se transforma em espaço e o espaço em beleza absoluta”. Obviamente, o que sobressai em suas fotos é a estética. Beleza é outro atributo de paisagens “naturais”. A não ser em desastres ecológicos, a paisagem tem que ser bonita; mesmo cobrindo fatos jornalísticos, a mídia se inclina pelo belo.

Todavia, o dispositivo fotográfico jornalístico pode ir além. Lucrécia Ferrara (2012: 46) diz que a atenção semiótica “exige o registro que torna evidentes as configurações visuais mas, além dis-

so, é capaz de superá-lo, a fim de ser possível perceber a paisagem como acontecimento comunicativo”. As revistas promovem este registro: mas será que constroem um acontecimento comunicativo? A fotografia jornalística e a respectiva edição operam fragmentações:

Entretanto, sem essas fragmentações, não há paisagem, pois ela não se dá a conhecer senão nas suas partes e nas dimensões que a registram. Se de um lado, a paisagem é manifestação da atualidade de um cotidiano que, enquanto tempo vivido, utiliza os dispositivos técnicos do registro para se tornar memorável; de outro, as tecnologias contemporâneas que se concretizam em fotografias, cinema, vídeo, televisão ou digitalização lhe permitem apresentar-se como espacialidade tecnológica que lhe concede um tempo de permanência (Ferrara, 2012: 46).

120

No âmbito deste artigo, focalizaremos cidades identificadas com a paisagem, em especial a cidade do Rio de Janeiro. São Paulo é identificada com prédios, geralmente prédios altos, como o Banco do Estado, o Edifício Itália e o Edifício Copan, este com grande predominância, inclusive em aberturas de telejornais. O Copan remete a uma modernidade arquitetônica, a uma noção de poderio de uma grande metrópole. A Avenida Paulista também é um ícone da vitalidade industrial e financeira. Não esqueçamos que a verticalidade está ligada a poder. Apesar de São Paulo ainda ser uma cidade de predominância territorial de casas, a imagem recorrente é de uma cidade plena de grandes edifícios.

O último ícone de São Paulo é a Ponte Estaiada sobre o Rio Pinheiros, que representa um vigor científico e tecnológico – “São Paulo é uma cidade desenvolvida”, construída sobre uma paisagem “natural”, desvalorizada e pouco percebida como natureza. Essa imagem vem sendo fixada principalmente pela TV Globo, que tem instalações próximas – a ponte é o cenário de fundo de telejornais locais, transmitidos de uma torre envidraçada. A Ponte Estaiada foi adotada pela revista *Veja* [figura 1], que publica a imagem no sumário, para indicar a matéria especial sobre a metrópole paulistana.



Figura 1. Revista *Veja*, 28/05/2008, pág. 8.

121

Cidades-paisagem

Se Milton Santos (2012) nos diz que a paisagem é resultado de uma acumulação de tempos, a utilização pela mídia de uma paisagem que há muito está no imaginário brasileiro e ocidental talvez seja índice de estagnação. As mudanças das relações sociais e políticas, as mudanças do meio ambiente que se refletem na configuração do espaço – e que deveriam ser registradas por uma foto jornalística – permanecem ocultas, como se aquela paisagem tivesse uma permanência acima dos fatos. Assim, o Rio de Janeiro, identificado com a Baía de Guanabara, aparece numa foto de sumário na revista *Veja* [figura 2], quase como uma cena intemporal.

Essa identificação cidade-paisagem é um recurso discursivo facilitador, porque permite o reconhecimento imediato. Nesse sentido, é mais aceitável ser escolhida para indicar uma determinada cidade no sumário, que necessita velocidade de navegação. Mas essas mesmas fotos estão presentes no corpo da matéria. Além disso, outras imagens perseguem o elemento paisagem como identificador do Rio de Janeiro.



122

Figura 2. Revista *Veja*, 20/04/2005, pág. 8.

É tão grande a força paisagística que recortes fotográficos do Rio de Janeiro quase sempre buscam tal configuração. Em matérias que tratam do crescimento de favelas, a paisagem surge como elemento de comparação e contraste [figuras 3 e 4]. Na edição da *Veja* de 10/01/2007, uma grande reportagem sobre o Rio mostra a paisagem emblemática numa página sobre “Crime” – a foto da favela da Rocinha tem o título “Tráfico com vista para o mar”.

Em termos jornalísticos, as duas imagens apontam para a intervenção humana, não se limitando a usar a paisagem apenas como fator identificatório. Desse ponto de vista, essas fotos apresentam um ganho de informação.

Imagens preferenciais, imagens reflexivas, interfaces cognitivas

Ao analisarmos as formas de expressão e as formas de conteúdo das imagens de cidade em mídias impressas, devemos refletir a respeito de escolhas e direcionamentos. As cidades não são simples cenários; Milton Santos chama a atenção para o caráter simbólico:

CIDADE, PAISAGEM, FOTOGRAFIA, EMBLEMAS



Figura 3. Revista *Veja*, 20/04/2005, pág. 99.



123

Figura 4. Revista *Veja*, 10/01/2007, pág. 52.

A CIDADE E A IMAGEM

As formas em si mesmas, isto é, os objetos geográficos, deixavam de ter um papel exclusivamente funcional. As coisas já nascem prenhes de simbolismo, de representatividade, de uma intencionalidade destinados a impor a ideia de um conteúdo e de um valor que, em realidade, elas não têm. Seu significado é deformado pela aparência (Santos, 2012: 58-59).

124

Se a finalidade da revista é apenas uma identificação imediata, a publicação da foto de paisagem pode se justificar. No entanto, o fotojornalismo deveria buscar mais conteúdo e mais expressão. Giovana Emos da Luz (2010) considera que a cultura figurativa exerce uma função proeminente na concepção de cidade: “a cultura figurativa incentiva o pensamento visual (...) concretiza a identidade entre imagem e imaginário coletivo/social porque estimula a ação da imaginação”. Representações de cidades brasileiras – algumas ainda em formação – começaram a ser fixadas já no século XIX, pelos viajantes europeus, como o francês Debret, os holandeses Albert Eckhout e Frans Post e o alemão-austriaco Rugendas. Esse olhar europeu civilizado sobre as novas terras muito possivelmente contribuiu para que a paisagem tivesse tanta força na configuração desses núcleos habitacionais.

Não podemos esquecer-nos de um poderoso instrumento de expressão e fixação de imagens citadinas, o cartão-postal. Lançados na Europa na segunda metade do século XIX, os cartões-postais – na verdade um novo suporte de correspondência via correio – disseminavam representações urbanas e de natureza. Além da comunicação verbal entre pessoas, a imagem fotográfica trazia informações a respeito do espaço em que as pessoas viviam e muitas vezes da história que o impregnava. O novo formato podia ser remetido, guardado, colecionado, exposto; houve uma verdadeira expansão comunicativa da fotografia. A crescente urbanização ocidental contribuiu para que mais e mais cenas de cidades fossem tematizadas, num ambiente em que edifícios, avenidas e monumentos eram signos de progresso comercial, industrial e cultural. Os postais também começaram a ser usados como publicidade por empresas e lojas – edifícios, produtos e outros indícios urbanos eram postos em circulação.

Os cartões-postais tiveram intensa divulgação nas primeiras décadas do século XX. Suas cenas emblemáticas influenciaram a representação que aparecia nas revistas ilustradas; os avanços técnicos permitiam que mais e mais imagens fotográficas fossem publicadas em cada edição. Até hoje, cartões-postais, calendários e edições comemorativas reproduzem imagens citadinas que continuam a frequentar as páginas da mídia, no circuito incessante do consumo:

Porém, essa paisagem é sempre registro de imagem vendida como mercadorias e fetiches que se apresentam como estereótipos do todo do qual fazem parte: tal é o caso da paisagem urbana que, na dimensão fenomenológica das cidades mundiais, é reconhecida como metonímia turística nas distintas dimensões que vão dos preparativos da viagem aos registros das paisagens visitadas (Ferrara, 2012: 46).

As imagens emblemáticas de paisagem aproximam-se das imagens publicitárias porque, como diz John Berger (1999: 155), “a publicidade é, na essência, desprovida de acontecimento. Ela se estende até onde nada mais está ocorrendo. Para a publicidade, todos os acontecimentos verdadeiros são excepcionais e só ocorrem com estranhos”. Assim, as fotografias de paisagem, principalmente quando querem apontar para “a” identificação, não se relacionam a acontecimentos. Melhor dizendo, não envolvem narrativa, não pressupõem um antes e depois, não pressupõem ações. Continua Berger (1999: 155): “situada num futuro permanentemente diferido, a publicidade exclui o presente e elimina, assim, todo vir-a-ser, todo desenvolvimento. A experiência é impossível em seu seio. Tudo que acontece, acontece fora dela”.

As imagens emblemáticas compartilham características das imagens publicitárias. Nesse sentido, quando o Edifício Copan ou a Ponte Estaiada representam a cidade de São Paulo, ou o Cristo Redentor ou o Pão de Açúcar o Rio de Janeiro, podemos dizer que há uma síntese “direcionadora”. Na sua obra *La imagen compleja*, Josep M. Català reflete sobre o discurso publicitário, que considera oposto ao funcionamento da interface, por ele entendida como modelo mental que se processa através da imagem.

A CIDADE E A IMAGEM

Desde esta perspectiva, a interface e o dispositivo publicitário se opõem, apesar de que ambos provenham de um mesmo processo comunicacional, posto que enquanto o dispositivo publicitário se baseia normalmente na função “mentalizadora” da nova disponibilidade, a interface promove o potencial hermenêutico, transformador da mesma. Do ponto de vista do usuário-observador, a primeira é uma função passiva, enquanto que a segunda é eminentemente ativa (Català, 2005: 561).

Mais uma vez, trabalhamos com o conceito de imagem complexa como operativo para reflexões sobre fotografia. Assim, a foto de paisagem poderia ampliar seus significados se não se limitar apenas ao aspecto “natureza”, quase sempre nesse viés publicitário:

126

De fato, podemos considerar a interface como a imagem complexa perfeita e neste sentido devemos considerar que a imagem publicitária e a imagem complexa também se contrapõem de maneira essencial. A imagem publicitária busca persuadir “manipulativamente”, e para isso deve “ocultar”, deve simplificar a complexidade por eliminação, por intensificação de determinados elementos em detrimento de outros etc. A imagem complexa faz exatamente o contrário, intenta atuar por meio da exposição de todos os elementos necessários (Català, 2005: 561).

Cidade é concentração populacional, é industrialização, é dimensão cosmopolita – principalmente metrópoles como Rio de Janeiro e São Paulo. As cidades ajudaram a construir conceitos de público, povo, multidão, massa, conceitos depois assumidos pelas teorias de comunicação. As visualidades construídas não conseguem, porém, fugir dos estereótipos. Edificações e paisagens suscitam estereótipos. Mas estereótipos não devem ser condenados a priori. Para Baeza (2001: 29), os estereótipos são necessários como classificações para impedir o caos cognoscitivo embora sejam “empobrecidos

pela exploração midiática a partir de fórmulas que querem, precisamente, impedir uma atitude desperta e crítica (...).” Nesse sentido:

Os estereótipos, tão negativizados, podem ser um valioso instrumento de economia da percepção das mensagens, sempre que venham acompanhadas de reflexão sobre o conteúdo real dessas mensagens e sempre, também, que estejam prontos para serem esquecidos ou substituídos. Os estereótipos, assim entendidos, são inclusive um complemento às classificações (...), contanto que não sirvam para predeterminar de forma invariável e rígida o significado que, em função das circunstâncias em que se produz, difunde e recebe, tem uma mensagem concreta (Baeza, 2001: 29).

O problema é a fixidez, a predeterminação do significado. A imprensa, por uma questão de economia imagética, tende a imobilizar determinada construção cultural. Um estereótipo pode ser a porta de entrada para um pensamento complexo, para a reflexão. Segundo Català (2005), a interface é o dispositivo que nos estimula a uma pluralidade de significados diante de uma situação comunicacional dada:

127

O que a interface procura é fazer-nos conscientes da multiplicidade de significados, e não só nos permite tomar consciência dos mesmos mas também nos comunica emocionalmente com eles: pode ajudar-nos a calibrar a importância dos significados através de uma simbolização emocional (Català, 2005: 584).

A foto jornalística de cidade não deveria ser nem turística, nem publicitária. A cidade como organismo vivo, com seus fluxos de vida, precisa aparecer. Se puder mostrar algumas das camadas de significado que a compõem, e fazer perceber os olhares do fotógrafo e do processo de edição, permitirá o conhecimento, a crítica, a imaginação.

REFERÊNCIAS

BAEZA, Pepe. **Por una función crítica de la fotografía de prensa**. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

BAVCAR, Evgen. **Memória do Brasil**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

BERGER, John. **Modos de ver**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

CATALÀ, Josep M. **La imagen compleja: la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual**. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona; Servei de Publicacions, 2005.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **As mediações da paisagem**. Revista *Líbero*, v. 15, n. 29 (junho 2012). São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2012, p. 43 a 49.

128 FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Leitura sem palavras**. São Paulo: Ática, 2007.

LEDO, Margarita. **Documentalismo fotográfico**. Madrid: Cátedra, 1998.

LUZ, Giovana Emos da. **A relação entre forma e a função do espaço urbano na composição da imagem das cidades**. I Congresso Internacional do Curso de História da UFG – GO. 28/09/2010 a 01/10/2010. Acesso ao site [http://www.congressohistoriajatai.org/anais2010/doc%20\(26\).pdf](http://www.congressohistoriajatai.org/anais2010/doc%20(26).pdf) no dia 16/05/2013.

MAUAD, Ana Maria de S. A. “Fotografia e história: possibilidades de análise”. In: CIAVATTA, M.; ALVES, Nilda (Org.). **A leitura de imagens na pesquisa social: história, comunicação e educação**. São Paulo: Cortez, 2004, págs. 19-36.

MONTEIRO, Charles. **História, fotografia e cidade: reflexões teórico-metodológicas sobre o campo de pesquisa**. Revista *Métis: história & cultura* – v. 5, n. 9, jan./jun. 2006, págs. 11-23.

CIDADE, PAISAGEM, FOTOGRAFIA, EMBLEMAS

SANTOS, Milton. **Pensando o espaço do homem**. São Paulo: Edusp, 2012.

WILHEIM, Jorge. **São Paulo: uma interpretação**. São Paulo: Editora Senac, 2011.



AS CIDADES REAIS COMO CENÁRIO PARA A PRODUÇÃO DA FANTASIA NOS MANGÁS E ANIMÊS: GLOCALIZAÇÃO E A PARIS DE NOSSOS SONHOS

Sonia M. Bibe Luyten

Introdução

Nos últimos anos o que mais tem chamado a atenção de pais, professores e pesquisadores são grupos de jovens em todos os lugares do mundo que leem mangá, assistem animês e jogam games. Praticamente, o dia todo, muitos jovens falam ou teorizam sobre suas séries preferidas e até andam com roupas baseadas em seus personagens. Aos olhos dos mais velhos, estes grupos parecem que não tem mais nada a fazer do que colocar os animês, mangás e games no centro de suas vidas. Viciados em animê, mangá e games? Parece que sim. Mas o que há de tão especial nestes ícones da cultura pop japonesa para que a juventude nipônica e a do mundo todo sintam este fascínio? Sem dúvida há muitos fatores como os personagens, o enredo, o próprio estilo de desenho além da internet – fator decisivo e crucial que define a geração de jovens destes últimos anos e os faz sentirem conectados com esta poderosa mídia.

O grande segredo, no entanto, é a imensa identificação entre personagens e leitores que tem origem em muitos fatores. Um deles é a retratação do cenário das cidades – sejam elas do presente, passado, futuro, do próprio Japão, do Ocidente ou de um planeta numa galáxia distante. Estes cenários são meticulosamente produzidos para dar realismo e, ao mesmo tempo, oferecer uma possibilidade de fuga por meio da fantasia.

131

1. Cenários reais para a produção de fantasia

O enredo das histórias de mangá ao longo de sua trajetória passou por uma transformação radical: optou-se por temas diferentes dos ocidentais com mais ênfase ao cotidiano japonês. A retratação deste cotidiano em imagens teve um efeito poderoso. O consumo de mangá no Japão tem uma de suas bases na estreita e íntima ligação entre o leitor e os personagens. A identificação entre eles é intensa justamente porque os heróis e heroínas partem da vivência direta do leitor, para, em seguida, fantasiar. Os mangás dão ênfase ao crescimento da personagem e seu desenvolvimento no cotidiano. São mostradas suas virtudes, qualidades e as fraquezas para superá-las. As histórias glorificam gente normal fazendo coisas normais com cenários nas quais se identificam: a escola, a rua, o bairro ou o interior de suas casas.

132

O controle do cotidiano no Japão é implacável e chega a ser um caminho que leva o indivíduo a praticar a virtude pelo próprio fato de estar sendo observado. Se, de um lado os mangás endossam o controle social, por outro dão ao leitor-indivíduo uma possibilidade de fuga por meio da fantasia. Vivenciando na fantasia aquilo que não pode concretamente realizar na realidade, o leitor encontra no mangá e no animê – com as histórias extremamente bem elaboradas com as quais se identifica – um meio comportado de canalizar e extravasar suas emoções. Os heróis e heroínas representam uma miniatura da vida dos leitores e agem por eles, compensando a falta de satisfação na vida diária, seja sexual ou empregatícia. A maneira de agir dos heróis e heroínas do mangá revela também traços comuns do povo japonês. Conformismo e auto-sacrifício são atitudes frequentes no desenrolar das histórias e no cotidiano real. A rigidez moral e autodisciplina emergem de características enraizadas como uma herança medieval. É que se denomina de *yamato damashii*, ou seja, o espírito japonês. Ainda hoje, contudo, este espírito pode ser encontrado na multidão de homens uniformemente vestidos nos metrô e trens abarrotados em cada começo e final do dia de trabalho. Ou nas páginas dos mangás.

Quanto aos cenários, os mangás atualmente assemelham-se a um storyboard cinematográfico. Isto é, as imagens gráficas são organizadas como uma série de ilustrações ou imagens arranjadas

em sequência com o propósito de pré-visualizar um filme, animação ou gráfico animado. Existem mais linhas de movimento, linhas faciais simples, mas expressivas.

Portanto, qualquer ponto de partida de uma análise ou observação de cenários de animês é preciso primeiro falar sobre mangá. A passagem dos quadrinhos para a animação no Japão ocorreu de forma mais harmônica, em contraste com as adaptações aproximativas e tardias dos quadrinhos americanos e europeus.

2. *Akogare no Paris* – a idealização de cidades europeias

A arte de fundo acrescenta uma dimensão de realismo ao mangá. Os desenhistas fazem um estudo de fotografias de paisagens, cidades e construção de interiores. Fazem esboços de várias versões, simplificando edifícios e prestando atenção para as sombras e realces. No livro *Mangá, o poder dos quadrinhos japoneses*, Luyten aponta sobre o local de ação das histórias: podem ser caracterizadas, de um lado, por lugares comuns como escolas, grandes cidades e, de outro, a fuga para um local romântico, quase sempre ocidental. “Os cenários que são compostos para essa fuga são semelhantes às descrições dos contos de fada: palácios maravilhosos, jardins imensos, salões de festa ricamente decorados ou então ruas parisienses que só pode existir na imaginação das adolescentes” (Luyten, 2012: 42).

Estes cenários descritos que retratam de forma fantasiosa o Ocidente aparecem principalmente nos mangás femininos (shojo mangá) e em muitos animês e pode-se traduzir no ideal japonês de ambientação denominado *akogare no Paris* – “a Paris dos nossos sonhos”. A imaginação narrativa do mangá apropria-se, sem nenhum constrangimento, de todas as fontes da literatura mundial, além da mitologia japonesa ou chinesa.

O gênero shojo mangá – o carro-chefe de vendas no Japão por muitos anos – desenvolve-se num clima romântico baseado no cotidiano da sociedade japonesa. O layout do shojo mangá também é diferente. Muitas vezes, os planos de fundo em um determinado painel dentro do mangá são preenchidos com formas abstratas e desenhos, usados para acentuar as emoções da cena. Por exemplo, planos de fundo imitando flores criam uma atmosfera de luz;

detalhes brilhando ou brilhantes são usados quando se exprime algo romântico, ou aqueles compostos por linhas mais escuras podem representar dor ou tristeza [Figura 1].



134

Figura 1. Plano de fundo no mangá feminino.

O foco principal do shojo mangá são, sobretudo, as relações interpessoais naturalmente desenvolvidas, mantidas ou arruinadas principalmente através de conversas. Quanto à temática é possível encontrar uma gama variada de temas que vão desde a ficção científica, dramas em períodos históricos, fantasias, até alegorias ao terror. “Enquanto em outros países as histórias femininas são desenhadas por homens, no Japão é da mulher-desenhista para a mulher-consumidora, geralmente adolescentes” (Luyten, 1985: 56).

O gênero shojo mangá começou a estourar em 1972, com o enorme sucesso de *A Rosa de Versalhes*, de Riyoko Ikeda, que apresenta uma mulher, Oscar, criada para comportar-se e vestir-se como um homem. Uma adaptação musical deste mangá foi feita para o teatro feminino de Takarazuka e continua a ser o favorito das mulheres, tendo inspirado Tezuka Ossamu na construção de suas personagens. Este teatro, misto de variedades, shows musicais, Kabuki ou Nô, foi fundado em 1914 na cidade de Takarazuka e tem como principal característica a presença exclusiva de mulheres interpretando papéis masculinos ou femininos [Figura 2].



Figura 2. A Rosa de Versailles no Teatro Takarazuka, baseado no mangá do mesmo nome.

135

Nos animês de Hayao Miyazaki há alguns exemplos da estética *akogare no Paris* e ele a utiliza para abordar o sentido do caráter e a filosofia japonesa através de uma Europa familiar-fantasiada. Já bem no início de sua carreira ele produziu e dirigiu o animê *O Castelo de Cagliostro*, cuja história ocorre em algum lugar onírico da Europa com castelos, nobres, cidades sofisticadas, prados repletos de flores, muito mistério e principalmente romance.

O importante a ressaltar sobre o *akogare no Paris* é que principalmente através dos mangás e animês há uma espécie de projeção romântica da França e de muitas cidades europeias. Isto, de um lado, favorece a capital francesa, pois é a primeira da lista enquanto destino dos turistas japoneses, com cerca de 700.000 visitantes ao ano. Por outro lado, a maioria dos turistas sofre ali da *Síndrome de Paris*, isto é, não só há o choque cultural entre países e costumes, mas reações nervosas e muitos são hospitalizados em consequência disto. Segundo artigo do jornal francês *Libération* reportou, em 2004 houve centenas de japoneses hospitalizados e foi criada uma unidade especial no Hospital Sainte-Anne, atendido por um médico japonês que cunhou o termo *Síndrome de Paris*. O que ocasiona isto é o confronto brutal entre a fantasia e a realidade da cidade.

Paris ou outras cidades europeias não conseguem fazer jus à imagem romântica, idealizada nas páginas do mangá ou nas cenas dos animês. Esta síndrome também pode refletir as diferenças culturais em estilos de comunicação, algo que é exacerbado também pelas barreiras linguísticas. E além do mais, turistas japoneses têm férias curtas: a fadiga em conjunto com a desilusão causam estes transtornos.

3. As cidades destruídas e as cidades herméticas

Outro aspecto de mangás e animês que concerne ao cenário das cidades é o oposto do romantismo. Existe a recorrência da temática de ficção científica pelo viés da destruição do planeta e da humanidade. E, por incrível que pareça, faz com que o leitor japonês se identifique. Segundo Luyten:

136

Isso pode ser explicado, de um lado pela turbulenta história política do arquipélago. As grandes guerras civis do século XVI, que culminaram com a unificação do Japão, dominado pela família Tokugawa e com a diminuição do poder imperial, são um bom exemplo. Além disso, ainda está viva na memória dos japoneses a hecatombe nuclear, com as bombas lançadas pelos EUA sobre Nagasaki e Hiroshima, terminando abruptamente a guerra do Pacífico e acabando de uma vez a agressividade do exército imperial (Luyten, 2012 : 181).

É preciso considerar também um elemento traumático no inconsciente coletivo japonês que é a constante devastação da natureza – as catástrofes naturais – como terremotos, tsunamis e tufões que há séculos varrem o país quase sempre de surpresa.

O mangá mais conhecido sobre os horrores e traumas da guerra foi *Gen, Pés descalços (Hadashi no Gen)*, de Keiji Nakazawa, publicado em várias revistas, incluindo a *Weekly Shônen Jump*, de 1973 a 1985. O que torna este mangá diferente é seu estilo que pouco tem a ver com o do mangá convencional, usando linhas fortes e expressivas [*Figuras 3 e 4*].



137



Figuras 3 e 4. A destruição das cidades de Nagazaki e Hiroshima pela bomba atômica retratadas no mangá *Gen, pés descalços*.

A associação da morte com arquitetura (casas, ruas, templos) vai ainda mais fundo: aparecem as imagens recorrentes das faces do pai do Gen, a irmã e o irmão mais novo preso entre as vigas de sua casa destruída. As imagens são realistas e chocantes: o autor dispõe na página os seres humanos – como se estivessem caminhando para nossa direção, derretidos pelo calor e explosão da bomba. Este compromisso de plasticidade se desdobra em uma série de contrastes e tensões composicionais. E este mangá nos convida especialmente a um olhar para os efeitos da bomba atômica em um quadro diferente do trauma e a soberania nacional.

Outro exemplo expressivo é *Akira*, mangá de ficção científica pós-apocalíptico de Otomo Katsuhiro, lançado em 1980 (2000 páginas em 6 volumes) e depois em animê: aí podemos encontrar possibilidades para um compromisso historicamente aterrado com este trauma. Como diz Michael Huang, “Talvez não haja nenhum animê que tenha destruído Tóquio tão artisticamente como este onde capta o horror e o apelo do apocalipse”. Segundo o autor:

138

Tornou-se um clichê para Tóquio ser destruída em diversos animês embora poucos o fizeram tão artisticamente bem como *Akira*. A sombra e a influência de Stanley Kubrick *2001: uma Odisseia no espaço* paira sobre as sequências finais, dando para notar, talvez, de onde vêm alguns do apelo de *Akira*. (...) Ambos oferecem catarse violenta, conduzindo ao renascimento cósmico, embora o caos sangrento em *Akira* é muito mais gráfico do que o dos macacos batendo uns aos outros com ossos ou um astronauta desligando um computador. E ambos os filmes expressam a ansiedade na sociedade moderna de que algo grande e terrível vai acontecer em breve, algo bonito talvez, mas também terrível: em suma, um apocalipse (Huang, 2003).

Este mangá de ficção científica/cyberpunk de Katsuhiro (1982-1990) e a adaptação para animê (1988) representam as angústias culturais do pós-Segunda Guerra Mundial no Japão, explorando a

luta para encontrar a normalidade entre o social e o colapso arquitetônico da Neo-Tóquio [Figuras 5 e 6] e aprender que não pode haver nenhum retorno para o pré-apocalipse. Segundo Thomas Lamarre.



139



Figuras 5 e 6. Cenas de *Akira*, de Otomo Katsuhiro: a destruição da cidade.

No mangá *Akira* de Otomo Katsuhiro e as versão em animê posso encontrar possibilidades para um compromisso historicamente aterrado com este trauma. Há no

Akira um contraste entre dois modos de repetição do trauma da bomba atômica: um modo constitutivo e um modo generativo. A repetição constitutiva é associada com a identidade nacional, o estado de desenvolvimento e a sociedade industrial, enquanto o trauma generativo é associado com a cidade global e império, sociedade da informação e desastre do capital. *Akira* não contrasta meramente essas duas modalidades: imagina uma passagem histórica de um para o outro, em sua estreita associação com modos históricos de produção e de destruição e com as configurações socio-econômicas da guerra e capital (Lamare, 2008: 131).

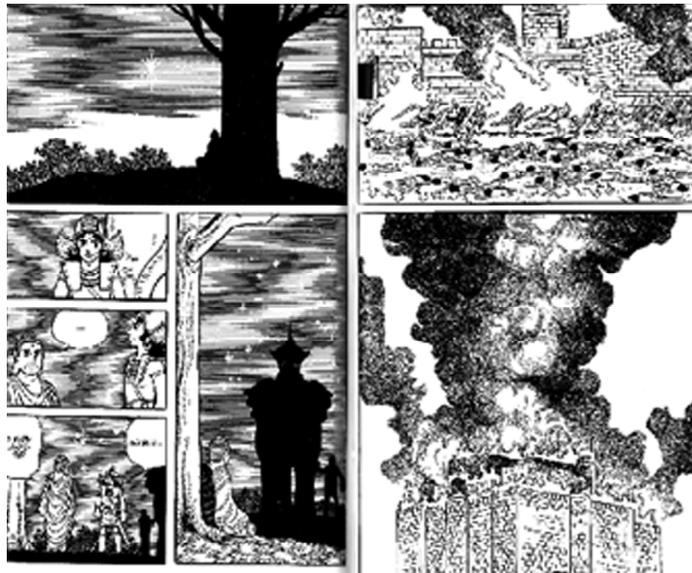
140

Assim como *Akira*, há outros exemplos desta criação de uma sociedade aterrorizante com cidades degradadas fazendo parte da distopia ficcional. A distopia, como oposto da utopia explora a sociedade sob o viés da miséria, opressão ou sofrimento. Nas palavras de Susan Napier, “Em muitas distopias japonesas a natureza é quase totalmente ausente, um fenômeno particularmente perceptível quando se considera a importância da natureza como refúgio utópico em grande parte da literatura japonesa do século XX (Napier, 1996: 184).

No último tsunami ocorrido em 11 de março de 2011 foram publicados também vários cartuns e mangás sobre o desastre. Os relatos mais impressionantes foram feitos a partir das pequenas cidades onde o horror os alcançou de surpresa. Um exemplo ocorrido foi na Prefeitura de Iwate onde havia uma pequena companhia ferroviária na área rural do Japão. A onda gigante alcançou esta ferrovia com tal força que as estações e plataformas foram totalmente destruídas. O destino da companhia ferroviária levou o desenhista Koji Sakamoto a fazer um mangá sobre a área afetada, realizando entrevistas com as pessoas diretamente envolvidas na catástrofe [*Figura 7*].

Ainda no ano de 2013 famosos mangakas (desenhistas de mangá) colaboraram com o apoio de outros artistas na realização de um evento de caridade para ajudar as crianças afetadas pelo terremoto e tsunami de 2011. A iniciativa foi destinada aos esforços de recons-

trução e os lucros para ajudar as áreas atingidas. Intitulado de *Manga-ka Tamashii!* (*O espírito do artista de mangá!*) Lenda do Herói: episódio 1. Desenhistas como Goshō Aoyama (*Detective Conan*), Kei Kusunoki (*Ogre Slayer*) e o aclamado ilustrador Yoshitaka Amano (*Final Fantasy*) doaram suas ilustrações para este evento.



141

Figura 7. *Bhudda*, de Tezuka Osamu: povos da elite versus submundo.

Por outro lado, alguns pesquisadores analisam as sociedades dentro do cenário das cidades como herméticas. Isto por que em muitos mangás e animês existe a dicotomia dos povos que vivem em classes sociais estruturalmente fechadas em si mesmas. É o povo da elite versus aqueles que vivem no submundo. Como exemplifica Patrick Cherdel:

Mais uma vez, é mestre Tezuka que lança este *topos* de crítica, com as cidades da saga de *Phoenix*, o pássaro de fogo, a Índia das castas em *Bhudda*, ou mesmo a Alemanha nazista de *Adolf*. Desde então esta tradição continuou. Com *Battle Angel Alita*, o mangaka Yukito Kishiro opõe a situação das pessoas que vivem na cidade baixa de Kuzutetsu e os ricos e os governantes que prosperam

na cidade alta de Tiphares. Tribunais e filmes futuristas como série *Robotech* e *Gundam*, transferem esta oposição à escala do cosmos. Isto é ainda mais radical nessas histórias, as castas dominantes são compostas por militares que pretendem agir para a sobrevivência de toda a espécie. As cidades-mundos *Apple Seed*, de Pat Larbor, e *Ghost in the Shell* usam o mesmo esquema em benefício dos policiais e agentes especiais (Cherdel, 2002).

142

Sob este ponto de vista, o animê *Metropolis* (2001), baseado no mangá de Tezuka de 1949, fecha o ciclo desta tradição crítica: no coração da cidade utópica encontra-se o templo em honra das elites, enquanto no porão sobrevive a multidão. Vale dizer que Tezuka Osamu inspirou-se no filme mudo alemão de 1927. Embora ambos não compartilhem dos mesmos elementos da trama, o animê de Tezuka extrai alguns aspectos de sua história. *Metropolis* é uma cidade retrofuturista onde coexistem os seres humanos e robôs. Os robôs são discriminados e segregados para os níveis mais baixos da cidade. A maioria da população humana de *Metropolis* é composta por pessoas desempregadas e desfavorecidas e os humanos culpam os robôs para tomarem seus lugares [Figura 8]. Isto, contudo, não desmerece *Metropolis*, pois ao retratar a cidade também olha para a natureza da vida e amor, o papel dos trabalhadores, das máquinas e robôs (apesar de segregados).



Figura 8. *Metropolis*, mangá de Tezuka Osamu transformado em animê.

4. *Glocalização* nos cenários de mangá e animê

Glocalização é um termo que combina elementos globais e locais para formar uma nova definição. Refere-se à presença da dimensão local na produção de uma cultura global. No Ocidente, o primeiro autor a explicitar a ideia de glocal foi o sociólogo Roland Robertson na década de 1980: a capacidade de haver um ambiente global com elementos locais. Há certas maneiras de *glocalizar* algo remodelando-o para torná-lo capaz de ser usado em outro país. Em vez de viver a nossa própria cultura, há um ponto que se pode adaptar do estrangeiro como algo complementar. Muitas vezes é ampla ou virtualmente utilizado para enfatizar a qualidade [Figura 9].



143

Figura 9. Comemoração dos gauleses representados por Asterix no MacDonalD: introdução da multinacional na França ou adaptação dos franceses ao mundo global?

Este termo, muito usado na década de 1980, adquire hoje um sentido mais amplo ao analisarmos o mangá e, especialmente, o animê. Todos os produtos culturais gerados e distribuídos através de meios eletrônicos têm o mesmo destino de estarem interligadas por estas duas tendências contemporâneas: pós-modernidade e *glocalização*.

Segundo Kiyomitsu Yui da Universidade de Kobe, a popularidade e disponibilidade para aceitar o animê (e, em seguida, o mangá), especialmente pela nova geração, é indicador de uma maior predisposição para a condição pós-moderna. Ele descreve as características do animê/mangá em conexão com as seguintes tendências pós-modernas e afirma que estas condições são fundamentais para a noção do pós-moderno:

1. Fragmentação do tempo e do espaço: isso está intimamente relacionado com o processo chamado de glocalização. Você pode imaginar o cotidiano com a MTV e a Internet que pode levá-lo para cada cantinho do mundo uma vez, num piscar de olhos. Esta situação pode transformar sua vida numa fragmentação de tempo e espaço. 2. Estetização da vida diária: este processo diz respeito à generalização do estilo de vida urbano. O autor Georg Simmel já se referiu a este processo de estetização da vida, mas para ele essa tendência é limitada a um grupo selecionado de classe alta ou média que habita uma área metropolitana que apresenta uma grande variedade de opções e pode acomodar uma vasta gama de gosto. 3. Auto descentralização ou desconstrução do sujeito: como consequência da fragmentação do tempo e do espaço. “O homem moderno”, descrito por D. Riesman, por exemplo, que tem interiorizado um sistema de valor transcendental, não existe mais. Aqui “transcendental” significa um sistema de valor que não é incorporado em cada contexto concreto, mas é transcendente para além de contextos diferentes. Em vez deste tipo de homem moderno, temos como dominância “o outro orientado” espalhado por toda a sociedade em quase todos os países capitalistas. 4. Não diferenciação de fronteiras entre cultura erudita e popular, entre nação e etnia, entre original e cópia, entre o real e o virtual, entre os gêneros, como arte, objetos, artes visuais, romances, jogos etc., todas estas fronteiras tendem a ser nebulosas ou indistintas (Yui, 2010: 46).

Ainda segundo o autor, como parte desta tendência, temos a inclinação de considerar o fenômeno como uma “expansão da subcultura homogênea derivada da cultura japonesa”. Ele coloca em questão a verdade disto porque, segundo ele, “parece que o que está realmente acontecendo no mundo pode ser um desenvol-

vimento multicamadas da cultura popular em cada região, o fenômeno designado como *glocalização*”.

Segundo Toni Johnson Woods, o mangá tornou-se um produto híbrido com as influências recebidas do exterior:

O mangá que vemos hoje no Japão é um produto híbrido de estética japonesa e americana. É influenciado pela TV, filmes e quadrinhos. No Ocidente, o mangá tem evoluído rapidamente; tornou-se um híbrido dentro do híbrido. Novos estilos europeus influenciarão uma nova raça de mangá “global” que é criado fora do Japão. Com cada novo trabalho do mangá vem o potencial de uma nova base de fãs para desenhistas não japoneses de mangá e essa base de fãs terá sua própria expectativa para seus artistas. E com isto eu proponho: é apenas o começo para um mangá global (Woods, 2010: 273).

145

Há alguns exemplos de *glocalização* nos animês de Hayao Miyazaki. Um bem evidente é *O serviço de entregas de Kiki (Majo no Takkyûbin)* produzido em 1988. Foi o primeiro filme que o Studio Ghibli lançou em parceria com a Disney. Miyazaki só começa a ficar bem conhecido no Ocidente a partir de seu longa metragem *A viagem de Chihiro*, vencedor do *Oscar* como melhor longa animado em 2002. Iniciou, contudo sua carreira em 1963 na Toei como intervalador, isto é, animar com as guias enviadas pelos animadores. Em 1982, enquanto trabalhava em seus filmes, Miyazaki escreveu e desenhou o mangá *Kaze no tani no Naushika*, mais conhecido internacionalmente como *Nausica do Vale do Vento* e o passou para animê em 1984. O sucesso foi tão grande que Miyazaki abriu seu próprio estúdio de animação juntamente com Isao Takahata: o Estúdio Ghibli.

A história de *O serviço de entregas de Kiki* é sobre uma menina de 13 anos igual a todas as outras exceto por um detalhe: ela é uma bruxinha. E, de acordo com a tradição, cada bruxa deve deixar sua casa ao completar 13 anos e viajar para outra cidade para completar sua formação. O cenário do animê é uma réplica perfeita de

uma cidade europeia dos anos 1920, adicionando ao filme uma sensação onírica, o que contradiz com o nome da animação em japonês que é *Majo no Takkyûbin*, *O serviço de entregas domiciliares*, em tradução livre [Figura 10].



146

Figura 10. *Majo no Takkyûbin* – *O serviço de entregas da Kiki*

O termo takkyûbin refere-se a uma empresa de serviços de entrega nacional com sede no Japão cujos itens podem ser desde uma bagagem a partir de uma estação ferroviária para a casa do destinatário até um simples pacote que uma avó envia para seu neto. Desde o início em 1976, este tipo de entrega originou-se da Companhia de Transportes Yamato. No Japão, os caminhões do takkyûbin circulam por todo o país tendo como logotipo um gato preto. A introdução deste serviço passou a ser parte da vida das pessoas nas cidades e causou grande impacto na sociedade japonesa [Figura 11].



Figura 11. Empresa de serviços de entrega no Japão, Takkyûbin, cujo logotipo é um gato preto.

No animê de Miyazaki, a protagonista Kiki voa com sua vassoura de bruxa e faz entregas com seu melhor amigo, um gato preto, Jiji, que é o mesmo símbolo da empresa Yamato, o takkyûbin. Desta forma, esta mescla do cenário de uma cidade europeia com um serviço típico japonês dá o sentido de glocalização. Miyazaki usou uma maneira de glocalizar remodelando um item nacional para torná-lo capaz de usar em outro país [Figura 12].

Neste mesmo animê há a presença de uma torre de relógio na cidade. Esta torre é o centro das ações de Kiki no início de sua jornada de autodescoberta. A história tem o desfecho dentro da visão desta mesma estrutura. Isto sugere que o relógio e a maravilha tecnológica num ambiente urbano podem ser convidativos, amigáveis e até mesmo ideais na trama. Segundo Andrew Shaner, “Miyazaki sintetiza com êxito uma animação distintamente japonesa em uma cidade *estocolmense*: a mesma ideia de *akogare no Paris*, providenciando assim, uma *Estocolmo dos seus sonhos*. São influências estrangeiras para uma reembalagem para o mercado global” (Shaner, 2011: 26).

147



Figura 12. Glocalização: Kiki, a bruxinha e seu gato preto (símbolo da empresa japonesa Takkyûbin) fazendo entregas em um cenário de cidade europeia.

Considerações Finais

Como mencionado no início deste artigo, nas últimas décadas observou-se notável crescimento na recepção internacional no consumo de mangá e animê. Estas narrativas, caracterizadas por hibridismo e fluidez, descolaram-se de sua fonte local e conseguiram um alcance global. Os temas, enredos e a intensidade e complexidade dos personagens do mangá e animê atraem os leitores levando-os a se identificar com os heróis e heroínas. Dois fatores significantes corroboraram o sucesso global da cultura pop japonesa: o avanço da tecnologia e a cultura devotada dos fãs. Além disso, o mangá e animê quebraram as convenções de que quadrinhos e desenho animado são somente para crianças.

148

Este artigo analisou mais um elemento chave para a identificação entre os leitores e os personagens: os cenários reais das cidades em todas suas modalidades: do presente ao futuro, do urbano ao galáctico meticulosamente produzido para dar realismo e, ao mesmo tempo, oferecer uma possibilidade de fuga por meio da fantasia. Da idealização das cidades europeias e, em especial Paris, foi criado o termo *Akogare no Paris* para indicar mangás e animês que retratam de forma fantasiosa o Ocidente. Esta projeção romântica das cidades vê-se, principalmente no shojo mangá (para adolescentes femininas) cujo cenário é mais artístico, repleto de devaneios gráficos e variedade de detalhes como reflexo do conteúdo da história.

Os produtos culturais gerados e distribuídos pela mídia eletrônica compartilham do mesmo destino destas duas tendências contemporâneas: o pós-moderno e a glocalização. Portanto, o animê é muito mais exposto a isto do que o mangá, uma vez que é impresso. Este processo, contudo, tem o outro lado da moeda: os verdadeiros fãs da cultura pop japonesa de todo mundo estão à busca do mangá original.

Se o Japão declina atualmente como força econômica mundial, o gênero de entretenimento – como o mangá e o animê – tem apelo global, especialmente entre os jovens. E, apesar do mercado interno estar encolhendo, continua ganhando popularidade além de suas fronteiras. O fascínio decorre da identificação a partir da estética sutil e detalhada dos cenários das cidades e locais onde são inspirados. Hoje há muitos livros com informação sobre lugares

em todo Japão que serviram de inspiração para os mangás e animês. E os fãs vão visitar os cenários reais das cidades que ofereceram imagens para a produção da fantasia.

REFERÊNCIAS

Livros e artigos

CAVALLARO, Dani. **Anime and memory: aesthetic, cultural and thematic perspectives**. Jefferson, N.C: McFarland & Co., 2009.

_____. **Anime Intersections: Tradition and Innovation in Theme and Technique**. Jefferson, N.C: McFarland, 2007.

CATALÀ, Josep M. **La Imagen Compleja**. Barcelona: UAB, 2005.

LAMARRE, Thomas. **Born of Trauma: Akira and Capitalist Modes of Destruction**. East Asia cultures critique. Volume 16, Number 1, spring 2008. P. 131-156.

LIOTI, Anthony. **The City Ascends: Laputa: Castle in the Sky as Critical Ecotopia**. Disponível em: Imagetext Interdisciplinary Comics Studies. English Department at the University of Florida. Volume 15. (No.2) 2010. Web journal.

LUYTEN, Sonia M. Bibe. **Mangá o poder dos quadrinhos japoneses**. São Paulo: Hedra (3ª. Edição), 2012.

_____. **Cultura Pop Japonesa: mangá e animê**. Hedra: São Paulo, 2006.

_____. **As heroínas japonesas num país machista**. **Quadrix**, março, 1985.

MIYAZAKI, Hayao. **Starting Point 1979-1996**. San Francisco: VIZ Media LLC, 1996.

NAPIER, Susan. **Confronting master narratives: History as vision in Miyazaki Hayao's**. New York: Palgrave Macmillan, 2005.

_____. **Anime from Akira to Princess Mononoke: Experiencing Contemporary Japanese Animation.** New York: Palgrave Macmillan, 2009.

_____. **The Fantastic in Modern Japanese Literature.** London: Routledge, 1996.

SHANER, Andrew. **Defining steampunk through the films of Hayao Miyazaki.** The Pennsylvania State University, 2011.

WOODS, Toni Johnson. **Manga, an Anthology of Global and Cultural Perspectives.** New York: Continuum International Publishing Group, 2010

Material da Internet

A mangá about the tsunami. **Weird News from all over Asia:** News from Japan, China and Korea. Disponível em : <http://ccgsf.com/882.html>

150

Artistas de mangá são solidários com crianças afetadas por terremoto e tsunami no Japão. **MN - Cultura japonesa e notícias da Ásia - 27/01/2013.** Disponível em: <http://www.mundo-nipo.com/variedades/cultura/27/01/2013/artistas-de-manga-sao-solidarios-com-criancas-afetadas-por-terremoto-e-tsunami-no-japao>

CHERDEL, Patrick. **M, comme manga un abécédaire.** Vacarme 21 / Outono 2002. Disponível em: <http://www.vacarme.org/article1459.html>

HUANG, Michael. **Akira Come, Sweet Destruction.** Disponível em: <http://metaphilm.com/index.php/detail/akira/>. 23/10/2003.

KLEINA, Nilton. **O que é steampunk.** Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/12074-o-que-e-steampunk-.htm> 4/08/ 2011.

KULKARNI, Atul. Should western brands go local or stay global? **Consumer Instinct.** Disponível em: <http://www.consumerinstinct.com/marketing/should-western-brands-go-local-or-stay-global>

List of steampunk anime and manga. **Wikia Steampunk**. Disponível em: http://steampunk.wikia.com/wiki/List_of_steampunk_anime_and_manga.

STEAMPUNK. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Steampunk>

THE PARIS OF OUR DREAMS. Disponível em: <http://imomus.livejournal.com/480242.html>. 14/08/2009.

YUI, Kiyomitsu. **Japanese Animation and Glocalization of Sociology**. Sociologisk Forskning, årgång 47, nr 4, 2010. Disponível em: http://www.japan-subculture.com/members/yui's_achievements/Japanese%20Animation%20and%20Glocalization%20of%20Sociology.pdf.



PASSEIO PELAS MENSAGENS DA CIDADE: CONVÍVIO DE MÍDIAS

Carlos Costa

Este trabalho pretende atender à proposta do professor Josep M. Català de enveredar pelos caminhos do ensaio, abandonando a rigidez formal dos trabalhos acadêmicos tradicionais. No prólogo de um de seus últimos trabalhos impresso, *El murmullo de las imágenes. Imaginación, documento y silencio* (2012), o professor escreve na primeira frase do prólogo:

153

Escrever um ensaio é uma tarefa parecida a levantar um edifício sem recorrer ao projeto de um arquiteto. Pode considerar-se um milagre que a construção final se mantenha em pé. Mas quando isso acontece, o resultado pode chegar a ser muito mais interessante do que a construção terminada seguindo as regras e refugiando-se nos cálculos estabelecidos (Català, 2012: 11).

Català continua citando o trabalho *Os Caminhos do Conhecimento*, de Hans Robert Jauss: “Cada um deve buscar o caminho de seu próprio compreender e, em consequência, provar diferentes tentativas e rodeios, que a certeza de ninguém lhe pode otimizar”.

A cidade pode ser vista de múltiplos ângulos. E de fato foram diferentes as abordagens de muitos observadores ao longo do tempo. Basta lembrar como a cidade foi vislumbrada por Charles

Baudelaire e Walter Benjamin, com o olhar empolgado pelo otimismo da modernidade frente as transformações por que passava a Paris do *fin de siècle*.

As visões do espaço urbano são, no entanto, dissonantes. A cidade vista por Beatriz Sarlo não se conecta com a fantasmagoria criada pelo estudante russo Andrey Shushkov no curta-metragem *A invenção do amor*, seu trabalho de conclusão de curso na Universidade de Artes e Cultura de São Petersburgo em 2010.

Beatriz Sarlo abordou a cidade sob os distintos focos do cotidiano de sua Buenos Aires. O aumento da violência e a convivência com vizinhos indesejados (“Prostitutas, travestis e vizinhos”) são temas de *Tiempo presente*, de 2001. Mas o foco no consumo é sua visão mais constante. Ela dedica a ele três ensaios deste livro: “Shoppings e Carrosséis”, “Shopping Abasto” e “Um mundo de maquetes”. Num trabalho anterior, *Cenas da vida pós-moderna*, de 2000, o primeiro capítulo (“Abundância e Pobreza”) discorre sobre os shoppings e a homogeneização vivida cem anos depois do deslumbramento de Benjamin. É tudo tão igual nos shoppings de todo mundo que, “para um recém-chegado de Júpiter, somente o papel moeda e a língua dos vendedores permitiria saber onde se está” (Sarlo, 2000: 15).

O tema do consumidor tomando o lugar do cidadão foi abordado antes por Sarlo nos ensaios “Carteles y Afiches” e “Cultura Fast y Lentitud”, publicados em *Instantáneas: médios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*, de 1996¹. “Árboles en el Shopping Mall”, do livro *Siete ensayos sobre Walter Benjamin*, de 2000, também passava por esse tema. Uma década depois, com visão mais apurada, Sarlo voltou a se debruçar sobre a cidade como mercado em *La ciudad vista, mercancías y cultura urbana*, de 2009.

Já o cineasta russo Andrey Shushkov, hoje com 28 anos, visualizou no TCC apresentado em 2010, *A invenção do amor*, uma cidade desumana, densa em poluição e quase desprovida de vida. Até o porquinho que late e surpreende a camponesa, que foi viver sua trágica história de amor na cidade, é uma construção metálica

¹ Boa parte desse livro foi publicada no Brasil na coletânea *Paisagens Imaginárias* (editada pela EDUSP em 1997), mas não esses ensaios citados.

movida a cordas, como a borboleta que bate as asas por meio de engrenagens. Uma visão em silhueta de um mundo semimorto: até a flor que dera início a seu romance morre, como a protagonista.

A visão que se propõe neste ensaio é a da cidade como um lugar de convivência de mídias e de troca de mensagens. Não é apenas o repositório de cartazes e pôsteres incitando ao consumo, como quer Sarlo, mas espaço de troca e comunicação, de celebração de vida – como as faixas de rua comemorando aniversários ou festejando o filho que passou no vestibular. Viver na metrópole implica o reconhecimento desses múltiplos sinais de uma cidade em que a imagem se torna um dos focos da leitura. Como descreve o pesquisador José Geraldo de Oliveira em seu trabalho *Grafiticidade e visão viajar*, em que analisa o espaço urbano e o grafite:

A imagem se torna o cerne da metrópole e retrato de suas múltiplas identidades. Um território de metáforas que em sua mobilidade e efemeridade reúne pontos de tensões dialéticas. Uma paisagem com ritmo, enunciações surgidas na interação do observador em movimento (daí a expressão “viajar”) e que produz uma conjunção de olhares nos “interstícios urbanos”, visto que o corpo do observador também está ali e pode querer interagir e se comunicar (Oliveira, 2012: 25).

155

Esse reconhecimento de sinais e de mensagens muitas vezes codificadas é obtido pelo exercício de um olhar atento e fecundo (Ferrara, 1999), gerador de um saber que se constrói. É no cenário urbano que se aguça esse meticuloso reconhecimento, exercitado por Benjamin e Baudelaire nos tempos de vagar do *flâneur*. Em sua dissertação, Oliveira escreve:

Na cidade contemporânea é possível encontrar camadas palimpsestas de imagens que se oferecem como verdadeiros enigmas a serem decifrados, pois suas camadas funcionam como a acumulação de marcas de

historicidade imagética sobrepostas no tempo e que se ampliam para além dos traços materiais ou de escrita. A memória perpassa no sob/entre dessas “imagens”. Essas marcas podem ser recuperadas como metáfora para abordar o passado de uma cidade (Oliveira, 2012: 54).

E é neste âmbito que presenciamos, um século após a epifania de Baudelaire e Benjamin, o embotamento e a perda da capacidade de exercitar um olhar contemplativo, uma mirada que exige a atividade de leitura que o passante não mais se interessa em realizar. Como se pergunta Luciano Araújo, no trabalho *Visões da Cidade* (2003): quem hoje percebe a metrópole com um olhar de descobrimento? Seu morador “não sabe mais explorar o sentido do olhar sobre ela, pois para ele o espaço urbano se transformou em um lugar sem definição exclusiva, a não ser pelo cotidiano movimento por caminhos já mais que conhecidos” (Araújo, 2003: 40).

156

Mas mesmo em um tempo de facebook, smartphones, de mensagens em 140 caracteres e longas conversas à distância, a comunicação tradicional e antiga persiste, em avisos colocados em postes, em filipetas adesivas em orelhões de telefone, em faixas penduradas em árvores de cidade, nas celebrações já comentadas. Até placas de sinalização de trânsito servem como suporte para mensagens que costumam passar sem a leitura de caminhantes distraídos e desatentos.

Ler para encontrar perguntas

Ao escrever o ensaio “Notas para uma definição do leitor ideal”, que abre o livro *À mesa com o chapeleiro maluco*, Alberto Manguel se detém na análise do ato de ler. Menciona que as representações de São Jerônimo mostram-no debruçado sobre sua tradução da Bíblia, ouvindo a palavra de Deus. “O leitor deve aprender a ouvir”, deduz (Manguel, 2009: 33). E a partir daí traça uma espécie de ode ao leitor. Dessa ode destaco uma pérola: “Robinson Crusoe não é um leitor ideal. Lê a Bíblia para encontrar respostas. Um leitor ideal lê para encontrar perguntas”.

O escritor fecha outro livro, *No bosque do espelho*, com o ensaio “O Computador de Santo Agostinho”, em que retoma um tema

que lhe é caro, o das representações. Manguel conta que nos primeiros anos do século XVI os anciões da corporação de San Giorgio degli Schiavoni, na cidade de Veneza, encomendaram ao pintor Vittore Carpaccio (1465-1526) uma série de cenas ilustrando a vida de São Jerônimo, o grande leitor e estudioso do século IV.

A última tela, prossegue Manguel, colocada hoje no alto à direita de quem entra na pequena e escura sala da corporação, não é um retrato de Jerônimo, personagem tema das pinturas encomendadas a Carpaccio, mas de um contemporâneo do tradutor da Bíblia, Santo Agostinho, bispo de Hipona. Há uma ligação entre os dois grandes nomes da antiguidade cristã.

Uma história popular desde a Idade Média conta que Agostinho havia sentado à mesa para escrever uma carta a Jerônimo pedindo sua opinião sobre a beatitude eterna. Foi quando a sala se encheu de luz e uma voz disse a Agostinho que o espírito de Jerônimo havia subido aos céus. A cena pintada por Carpaccio mostra Agostinho, mas evoca Jerônimo.

A habitação em que Agostinho aparece nesta tela de Carpaccio é um estúdio veneziano da época em que o pintor realizava a encomenda, um ambiente tão digno do autor das *Confissões* como do espírito de Jerônimo, que traduziu a Bíblia para o latim e é o padroeiro dos tradutores.

Na cena composta pelo pintor, vemos finos volumes numa estante elevada, tendo abaixo delicadas bugigangas, uma cadeira de couro com rebites de bronze e uma pequena escrivaninha (Manguel, 2001: 273). A descrição realizada no ensaio “O Computador de Santo Agostinho” segue com a enumeração de detalhes do quadro, que não é mostrado por Manguel em seu livro: a mesa com um suporte giratório; o local de trabalho atulhado de livros abertos e todos esses objetos e lembranças que os anos despejam sobre a escrivaninha de todo homem de letras: uma concha, um sininho, uma caixa de prata.

Esse lugar representa tanto o passado como o presente de um leitor. Para Carpaccio, o anacronismo das peças reunidas na tela – em desacordo com o que seria o usual no período histórico vivido por Agostinho – não significava nada, pois a pesquisa de elementos como móveis e vestuário de época em busca da fidelidade histórica

A CIDADE E A IMAGEM

é uma invenção moderna. O escritório de Agostinho e seus livros, fosse de que modo tivessem sido no século IV, eram para Carpaccio e seus contemporâneos muito parecidos ao que dispunham no início daquele século XVI: rolos ou códices, pedaços de pergaminho ou os belos livros de bolso que o tipógrafo veneziano Aldo Manúcio imprimira poucos anos antes que o pintor começasse a executar a encomenda para a corporação de San Giorgio degli Schiavoni.

Eram todas variações de livros que se alteravam e seguiriam mudando sem deixar de ser o mesmo livro de sempre. Na visão de Carpaccio, escreve Manguel,

O estúdio de Agostinho era como o meu, um reino do leitor comum, com fileiras de livros, lembranças, a mesa repleta, o trabalho interrompido, o leitor esperando que uma voz – a sua própria, a do autor, a de um espírito – respondesse às perguntas colocadas na página aberta que tem diante de si (Manguel, 2001: 274).

158



Manguel constroi, a partir daí, uma comparação entre ele, o leitor Agostinho e o pintor Carpaccio, para se perguntar: “Transformou-se a nossa leitura – a de Agostinho, a de Carpaccio e a minha, com o decorrer dos séculos? E se ela se transformou, como se deu essa mudança?”

Quando se lê uma página na tela do computador, essa leitura é silenciosa, desencadeando uma série de processos complexos em zonas específicas do cérebro do leitor decifrando o que seus olhos captam, tornando compreensível o conteúdo dos sinais sem que a boca pronuncie as palavras para recreação dos ouvidos. Mas o hábito da leitura silenciosa, e é Manguel ainda que ensina, não é algo tão antigo como se pode pensar. Agostinho seguramente não entenderia nossa atividade silenciosa de hoje, pois em seu tempo o comum era ler em voz alta, e esse hábito vinha dos antigos gregos, como explica Manguel em outros livros, como *A biblioteca à noite e Uma história da leitura*.

Ler em voz alta era uma maneira de engajar-se inteiramente no texto, dando vida e significado ao escrito, como se apropriando dele. Além disso, como não havia pontuação (sinais de vírgula ou de ponto para indicar o final de uma sentença), a entonação servia também para reconstruir o fluxo narrativo. Mas já a partir do segundo milênio, com a introdução da pontuação nos textos e a maior difusão de manuscritos (o papel começa a ser produzido na Europa por volta de 1260, quando se instala a primeira fábrica na cidade de Fabbriano, Itália), a leitura em voz alto cedeu lugar à atividade silenciosa, exigindo a privacidade. Soaria estranha, nos tempos de Agostinho, a regra atual que exige silêncio nas bibliotecas. Esse novo padrão de leitura, pontua Manguel, dá em contrapartida lugar a um tipo de intimidade amorosa com o texto.

Cinco séculos depois de Carpaccio, ler em silêncio não surpreende. Mas continuamos em busca de novidades, como a da criação dos audiotextos ou dos videotextos. Assim, a leitura escapa dos livros e códices para se apoderar de outros espaços e suportes, dos tablets aos smartphones.

Panorâmica da evolução da escrita e da leitura

Nos inícios da longa história da leitura, os relatos eram transmitidos por via oral, exigindo o exercício da cultura mnemônica – capacidade de memorizar relatos, genealogias, a saga da tribo ou os mitos fundadores de um povo. Essas narrativas eram contadas durante horas pelo ancião da tribo, o “dono da memória”. Esses relatos orais eram os “livros”, passados de pai para filho. A Bíblia foi um

relato oral transferido para o suporte escrito a partir do século VIII antes de Cristo, período da construção do Templo de Salomão. A exigência do controle contábil das toras de cedro compradas para levantar o templo determinou esse tipo de anotação escrita.

A etapa seguinte da comunicação humana foi a escrita. O homem já desenhara nas paredes das cavernas. Ainda hoje não se sabe ao certo se a função desses registros era estética ou mágico-religiosa. Acredita-se que o homem pintava na caverna a imagem do animal que ansiava abater quando terminasse o inverno e saísse à caça. Depois, a escrita foi realizada em blocos de pedras, as “estelas”, ou em placas de argila que, cozidas, se transformavam em uma espécie de placa para guardar [Figura 1]. Esse processo garantia o controle das contas e as dívidas de um cliente.

160



Figura 1. Uma tabuleta de argila registra o controle de grãos e de ervas, produtos da atividade da agricultura (são citados o cominho, o coentro e o açafrão). A tabuleta traz ainda a relação de todos os trabalhadores envolvidos na produção. O uso do barro brando, cozido no forno após realizado o registro escrito, facilita a tarefa da escrita e o registro contábil das atividades da época. Peça de número 7703 do Museu Nacional de Arqueologia, em Atenas.

O código de Hamurabi é uma estela que permanece até hoje: um bloco de rocha de diorito, com 46 colunas em escrita cuneiforme, contendo 282 leis em 3.600 linhas, esculpidas por volta do ano 1700 a.C. A pedra mede 2,25 metros de altura, 1,50 metro de circunferência no alto, engrossando para 1,90 na base. Um dos tesouros do Museu do Louvre, foi encontrado por uma expedição francesa em 1901, em Susa, cidade hoje localizada no Irã.

Outro documento, descoberto pelo botânico francês André Michaux na mesma região da antiga Babilônia, é a estela que leva seu nome. André correu mundo, explorando variedades de plantas na Inglaterra, França e norte da Espanha, depois no Oriente e Estados Unidos, terminando sua peregrinação em Madagascar. Em sua primeira expedição, acompanhou o cônsul francês Jean-François Rousseau, primo do filósofo, enviado em 1782 pelo governo francês para a Pérsia. Michaux descobriu nos arredores de Bagdá esse primeiro documento contendo escrita cuneiforme trazido para a Europa. Essa estela está hoje no Gabinete de Medalhas da Biblioteca Nacional da França [Figura 2].

161



Figura 2. O Código de Hamurabi e a Estela de Michaux: documentos da época em que a escrita era registrada em pedra. Museu do Louvre e Biblioteca Nacional da França.

A escrita passa na etapa seguinte a ser realizada sobre o suporte dos papiros e dos pergaminhos. Papiros eram folhas de palmeiras tratadas; pergaminhos eram suportes de pele de carneiro ou de cabrito curtida, e que serviam como uma espécie de página para escrever. O papiro apresentava o problema da conservação, esfarelando-se com o uso e os pergaminhos eram muito caros. Daí o costume de raspar o escrito para reutilizar o suporte – os palimpsestos são pergaminhos sob cujo texto atual se descobre uma escrita anterior. Ao contrário do que um leitor de ficção e de notícias possa imaginar, a finalidade primeira desses suportes da escrita foi comercial: controlar recebimento e entrega de mercadorias.

Inventado na China cerca de 150 anos antes da era cristã, o papel levou nove séculos para chegar até a Índia, propagando-se rapidamente pela intensa atividade dos sábios do Islã.

162 Foi pela atividade intensa de tradução dos sábios sarracenos que os textos clássicos gregos foram recuperados e glosados, como conta Alberto Manguel em seu livro *Iliada e Odisséia de Homero (uma biografia)*. Aristóteles e Platão foram reintroduzidos na Europa Medieval juntamente com o suporte do papel (século XI). O Convento de São Domingos de Silos, em Burgos, Espanha, conserva um manuscrito de 157 folhas, do século XI, considerado o mais antigo documento ocidental escrito em papel. Com a popularização da invenção chinesa e a introdução dos copistas (monges que reproduziam cópias de livros), multiplicaram-se as possibilidades da leitura. E assim a cultura mnemônica deu lugar à leitura e às anotações sobre papel. Não era mais necessária a memória, pois se podia recorrer ao impresso, sempre anotado e comentado.

O elogio do virtual x hipérboles

Na época de Carpaccio, a capacidade de memorizar textos ainda era importante como ferramenta de argumentação. A retórica, o falar bem, supunha citar autores de improviso e contrapor pontos de vista de diferentes pensadores e autoridades. Mas o uso da citação “de cor” (saber de coração, pois o texto amorosamente guardado flui sem esforço), como se disse, cedeu lugar à cultura livresca e à necessidade de levar consigo o “anexo” para localizar a citação a fazer.

Essa recuperação histórica pode soar hoje como uma arenga fora do tempo. O elogio agora se faz ao virtual, ao multiacesso a diferentes possibilidades de leitura. Nunca houve tanta oferta como as que há hoje. Vivemos a era de excessos, em que o super deu lugar ao hiper. Hiper “do grego *hypé*, superior; a mais; acima do normal ou do regular; em excesso ou demasia”, segundo o dicionário Caudas Aulete. Daí hipermercado, hiperinflação, hipertensão, hiperlink.

Essa visão hiperbólica se encontra disseminada tanto em textos sobre leitura como em ensaios sobre a comunicação. “Enxurrada de informações”, “turbilhão de imagens”, “turbulento mar de transformações” são amostras desse exagero laudatório dirigido ao impacto da informatização. Pierre Lévy escreve que

O virtual, rigorosamente definido, tem somente uma pequena afinidade com o falso, o ilusório ou o imaginário. Trata-se, ao contrário, de um modo de ser fecundo e poderoso, que põe em jogo processos de criação, abre futuros, perfura poços de sentido sob a platitude da presença física imediata (Lévy, 1966: 12).

163

Mas o próprio autor, em outro momento desse mesmo ensaio *O que é o Virtual?*, contrapõe:

Gosto do que é frágil, evanescente, único e carnal. Aprecio os seres e os lugares singulares, insubstituíveis, as atmosferas ligadas para sempre a situações e a momentos. Estou convencido de que parte essencial da moral consiste simplesmente em aceitar existir no mundo, em não fugir, em *estar presente* para os outros e para si (Lévy, 1966: 147).

Ou seja, “parte essencial da moral”, para Lévy, consiste em não ser virtual. É essa proposta que penso apropriada para abordar hoje a leitura das imagens e das mensagens no espaço urbano.

Overdose da imagem x olhar atento

Se até o século XIX havia carência de imagens², hoje há excesso. E sabemos: excesso de informação é desinformação. “Sabemos de tudo e, ao mesmo tempo, não sabemos o que precisamos saber” (Beatriz Sarlo). No caso das imagens, mesmo as tendo em excesso, somos cada vez menos leitores atentos. Como escreve Richard S. Wurman,

Uma edição do *The New York Times* em um dia da semana contém mais informação do que o comum dos mortais poderia receber durante toda a vida na Inglaterra do século XVII. [...] Quando eu era criança, em Filadélfia, meu pai me disse que eu não precisava decorar a *Enciclopédia Britânica*; só precisava saber como encontrar o que ela contém (Wurman, 1991: 36 e 58).

164

Fala-se muito em convergência das mídias, apresentada por Henry Jenkins como “palavra que define as mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa cultura” (Jenkins, 2009: 332). A virtualização, ainda fala Lévy, “reinventa uma cultura nômade, não por uma volta ao paleolítico nem às antigas civilizações de pastores, mas fazendo surgir um meio de interações sociais onde as relações se reconfiguram com um mínimo de inércia” (Lévy, 1966: 20). Mas é justamente a inércia que permite o olhar presente e atento, que ele disse preferir. Recorro novamente à reflexão de Oliveira:

Nessa nova plataforma de imagem, o campo visual é convertido em uma superfície de inscrições e espaço de aglutinação de perspectivas e linguagens. Pensar na grafitecidade é, portanto, propor uma nova forma de visualidade, em que o olhar muda da situação de planar para deslocar-se lateralmente, multiplicando pontos de vis-

² O exemplo que costumo dar em aula é o da escultura do Profeta Daniel, obra do Aleijadinho (Antônio Francisco Lisboa) no átrio do Santuário do Bom Jesus de Matosinhos, em Congonhas do Campo, MG. O leão a seus pés é a imitação de um macaco, pois o Aleijadinho jamais vira a imagem do “rei dos animais”.

ta [...] A mudança no modo de ver pode ter origem em dois momentos: a invenção da fotografia e as transformações da paisagem urbana que criaram um novo ritmo nas cidades do século XIX. O *flâneur* se tornou a figura de resistência nesta nova espacialidade urbana. (Oliveira, 2012: 25 e 50).

Beatriz Sarlo conta, no ensaio “Culturas populares velhas e novas”, de seu *Cenas da Vida Pós-Moderna*, a história do matuto do interior de Córdoba que desistira de encontrar o cavalo perdido, mas, ao assistir a uma emissão local da TV a cabo, vê em meio a uma festa de casamento o seu zaino. E sai em sua busca. O cavalo como meio de transporte e a TV a cabo convivem ainda em harmonia nas paragens montanhosas daquela região da Argentina.

Em outro exemplo, o padre que oficia a missa em um canal católico de TV emite conceitos conservadores que conflitam com a fala ousada do pároco da periferia da grande cidade, criando algumas vezes tensão na cabeça do fiel: quem está com a razão? Ele percebe a falta de sincronia entre o discurso conservador do sacerdote eletrônico e as práticas engajadas do líder religioso de sua comunidade carente. O velho convive com o novo, algumas vezes criando discórdia.

A convergência de mídias entendida como fluxo de conteúdos por meio de suportes midiáticos; cooperação entre múltiplas indústrias midiáticas; busca de novas estruturas de financiamento das mídias que recaiam sobre os interstícios entre as antigas e as novas mídias; e o comportamento migratório da audiência, que vai a qualquer lugar em busca de experiências do entretenimento (Jenkins, 2009: 333) deixa de considerar esse fato, o da convivência.

*Na convivência não há
buscas, mas encontros.
Ela propicia espaço
para o vagar, do andar
sem pressa,
sem necessidade do
GPS para não se perder*

Na convivência não há buscas, mas encontros. Ela, a convivência, propicia espaço para a fruição do vagar, do andar sem pressa, sem a necessidade do GPS para não se perder, pois ela é um convite para o encontro. A percepção atenta da cidade, na convivência das mídias, exige exatamente não supor um ponto de chegada, para dispor da oportunidade de se perder. Pois é no perder-se que se descobre a fruição das mensagens inscritas na cidade. Ela se mostra, mas poucos estão dispostos ao olhar atento.

Uma placa numa esquina de Perdizes, bairro da zona oeste de São Paulo, avisava que a rua Bocaina, de apenas um quarteirão, altura do nº 700 da Cardoso de Almeida, era uma via sem continuação. A placa RUA SEM SAÍDA foi alterada para VIDA SEM SAÍDA. Somente após meio ano a placa foi corrigida para sua versão original, com a retirada do adesivo com a palavra VIDA [Figura 3]. Poucos moradores ou transeuntes perceberam essa intervenção, durante o tempo em que esteve em exibição, pois perdemos muito do contato com o real, sem olhar as propostas que nos são oferecidas. Na ânsia de fruir a velocidade das imagens, não reparamos em detalhes ou em mensagens [Figuras 4 e 5], que se espalham no espaço urbano.

166



Figura 3. À esquerda, placa de trânsito que avisa que a rua é sem saída sofre a intervenção: rua sem saída passa a ser vida sem saída.

Figuras 4. No centro, uma placa de sentido de direção, na cidade de Roma, sofreu rotação para o alto e a flecha ganha uma coroa, imitando um anjo.

Figura 5. O sinal de trânsito avisando que a rua é contramão, tem acréscimo de uma silhueta de operário que parece carregar a sinalização.

A varredura e a leitura atenta

Qual é tempo que levamos para realizar uma leitura rápida, chamada pelos especialistas de “varredura”, e quanto demanda uma análise ou percepção em profundidade, a “leitura atenta”? Vamos realizar um exercício da leitura atenta de uma capa de revista ilustrada brasileira, do século XIX. Em quanto tempo se lê (percebe e analisa) essa imagem? Escolho a capa da revista *Semana Illustrada*, a primeira semanal satírica criada no Brasil pelo alemão Henrique Fleiuss em dezembro de 1860. Ele estabeleceu um modelo seguido, quase até o final do século XIX, por quase todas as publicações semanais ilustradas do país. Sucesso ao longo de toda a década de 1860, a revista fechou em 1876, após uma trajetória de 16 anos – um recorde para a época (Costa, 2012). A capa escolhida é a de número 237, sexto ano da revista, em meados de 1865 [Figura 6]. Vamos a ela, com a pergunta: em quanto tempo se lê esta capa?



167

Figura 6. Capa da *Semana Illustrada*, número 237, meados de 1865.

Quanto tempo demanda a leitura dessa imagem? Provavelmente os poucos segundos que dedicamos à análise visual rápida ou “varredura resumida imediata”, como conceituam os especialistas em design gráfico. Não mais do que 2,5 segundos, de acordo com o designer John White:

A varredura resumida imediata dura 2,5 segundos, e o exame detalhado pode levar até 5 minutos. [...] A varredura é rápida, errática, vertical – requer elementos que se destaquem. A “leitura” é lenta, estável, horizontal – requer um fluxo claro, suave, estável (White, 2005: 235-236).

No entanto, essa é uma imagem complexa, como se observa em sua decupagem (feita a seguir). Uma análise ou interpretação dessa capa exige muito mais do que 2,5 segundos para uma apropriação desse conjunto de imagens que compõe essa capa do número 237 da revista semanal ilustrada criada por Henrique Fleiuss em dezembro de 1860 – e é por essa publicação que o mestre alemão é considerado, por historiadores como Herman Lima (1963) e Joaquim Ferreira de Andrade (2004), como o verdadeiro criador da imprensa humorística ilustrada no Brasil.

Fiquemos na análise apenas da parte superior da capa [Figura 7], espécie de logomarca repetida ao longo dos 16 anos em que a revista circulou semanalmente.

168



Figura 7. Detalhes da parte superior da capa da *Semana Illustrada*, número 237.

Acima, ocupando a terça parte superior da capa, o desenho do logotipo é rico em detalhes e se tornou a marca de identidade da revista, acompanhando-a ao longo de dezesseis anos. No alto, um Sol de formas humanas (com a lua e uma estrela cadente), ladeado à esquerda pela palavra “Semana” e à direita “Ilustrada”. Nas cantoneiras, há dois personagens de cada lado, com um fole e uma seringa, como se estivessem a jogar água de cheiro num entru-do carnavalesco. No centro, a figura de um homem, meio bruxo, chapéu com penachos, a cruz de malta ao peito: mantém o olho direito fechado e o esquerdo bem aberto, como se olhasse o leitor, num sorriso enigmático. Tem na mão direita um exemplar da *Semana Ilustrada*, enquanto a esquerda ajuda os dois bobos da corte a passar a tira de imagens no animatógrafo ou “lanterna mágica”.

Na base do desenho, à esquerda um casal, deitado como num piquenique; à direita, um grupo onde se destaca uma bailarina e um padre, aparentemente bolinando a garota. Um clima pândego, como se diria tempos atrás. Na objetiva da lanterna mágica, o lema da revista “Ridendo castigat mores”. Ou seja, a comédia castiga ou corrige os costumes, por meio do riso.

Há nesse frontispício uma caixa, espécie de cinematógrafo, com a inscrição “Laterna Mágica”. Esse erro ortográfico foi cometido no primeiro número, mas o alemão Henrique Fleiuss jamais considerou a hipótese de refazer a logomarca, corrigindo o erro: “Laterna mágica”, com o erro, passou a ser uma das identidades visuais da revista, como escreve Joaquim Ferreira de Andrade.

O olhar desatento da varredura não prestaria atenção a todos esses detalhes. E essa análise deteve-se apenas à parte superior da capa: esse é um bom exercício para a coleção de avisos, placas, filipetas ou flyers com que cruzamos [Figuras 8 a 10] todos os dias na caminhada desatenta pela cidade.

As imagens da cidade: as mensagens coladas nos muros.

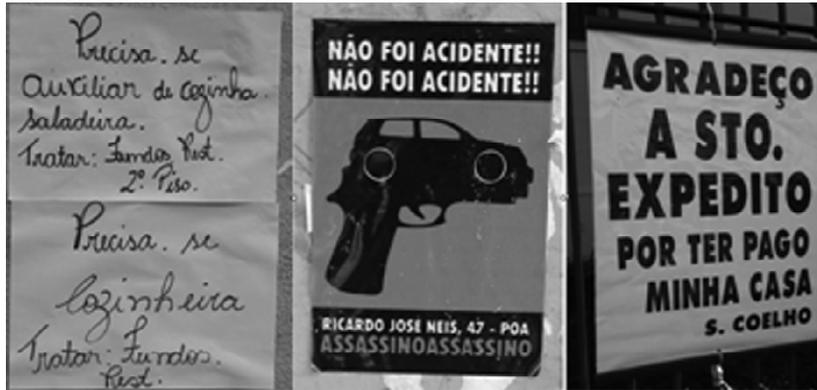


Figura 8. O recrutamento de cozinheira: anúncio escrito a mão, azul sobre folha branca, afixado em um muro em Curitiba (imagem captada em março de 2011).

170

Figura 9. o protesto contra o bárbaro crime no trânsito ocorrido em Porto Alegre na noite de 25 de fevereiro de 2011, quando um motorista, o bancário Ricardo José Neis, de 47 anos, arremeteu seu Golf preto contra um grupo de 200 ciclistas que dificultava sua passagem pela avenida, sem lhes dar a menor chance de defesa ou fuga, sem se preocupar com as consequências. Houve 17 vítimas, nenhuma delas fatal. O cartaz tem no centro a montagem de uma pistola e um carro da marca VW (preto sobre fundo vermelho), e destaca em letras garrafais: **Não foi acidente!!** e **Assassino** (texto branco e vermelho sobre fundo preto, as três cores básicas do design gráfico, segundo o especialista Roger Black). O pôster está colado ao estilo de um palimpsesto sobre outro cartaz (Foto tirada em Porto Alegre, em novembro de 2011).

Figura 10. A faixa retangular quadrada, em material plástico, afixada nas grades da Igreja de Santa Cecília, no centro de São Paulo. Ela registra o agradecimento de um devoto, S. Coelho, a seu santo de devoção, o popular São Expedito, pelo acerto de contas com o CDHU (Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano) graças à intervenção do santo (Foto tirada em Santa Cecília, SP, em outubro de 2012).

Outra leitura: os adesivos afixados em orelhões

A presença e popularidade dos sites de relacionamento na internet, um dos mais procurados meios de conexão interpessoal, em que adeptos do sexo fast costumam agendar encontros e contratar acompanhantes e escort girls deixou alguns antigos recursos fora de circulação. Mas ainda se encontram muitos folhetos e adesivos em diversos locais do Brasil.

Na cidade de São Paulo, uma agência de detetives investiga todo mês mais de 70 casos de adultério pela internet. A maioria é confirmada. (Fonte: Giovana Telex, *Jornal Hoje*, 14/06/2011). Nos Estados Unidos, uma pesquisa realizada por advogados matrimoniais mostra que 20% dos processos de divórcio citam o facebook como causa da crise. Uma outra pesquisa conduzida por advogados responsáveis pelo inglês Divorce Online afirma que o Facebook é o “responsável” por 28 milhões de divórcios em todo o mundo. Segundo a Academia de Direito matrimonial adverte, na maior parte das vezes o cônjuge infiel iniciou um relacionamento com um usuário do Facebook de quem se aproximou sem segundas intenções.

Mesmo assim, a busca por sexo nos sites de relacionamento não eliminou os “santinhos”, que podem ainda ser encontrados em estações de metrô e banheiros de todo o mundo. Os exemplos aqui mostrados [Figuras 11 a 13] são de adesivos colocados nos orlhões (sim, há ainda quem os use, embora cada vez mais raros) da cidade de Curitiba, em março de 2011.

171



Figuras 11 a 13. Ao longo da Rua das Flores, no centro de Curitiba, os poucos aparelhos públicos de telefone são forrados por cartões de oferta de sexo, em que profissionais de nome Karo, Amanda, Eduarda, Gessica ou Jaqueline anunciam o telefone e serviços, sem exaltar suas virtudes.

Os anúncios fúnebres nos muros da Itália e de Portugal

Os muros de algumas ruas de Perugia estão cobertos de avisos fúnebres. E o mesmo acontece na pequena Covilhã, cidade da Beira Interior, quase no alto da Serra da Estrela, em Portugal. Sobre tudo em ruelas nas imediações de igrejas. Em Perugia, alguns desses anúncios são de aviso de missa de sétimo dia (ringraziamento: ação de graças), outros de aniversário de falecimento ou “desaparecimento” na tradução literal. Alguns exemplos, destacado das imagens a seguir [*Figura 14*]:

“A família Ferranti-Bazurli, na impossibilidade de fazê-lo pessoalmente, agradece a todos os que participaram de sua dor pela perda da querida GRAZIELLA. Casa do Diabo, 7 de janeiro de 2012.” Parece estranho, mas vale esclarecer que Casa do Diabo é uma pequena aldeia nos arredores de Perugia, com 1.030 habitantes. Há algumas explicações para o nome. Poderia ser pelo fato de o local no passado ter abrigado bandidos e refugiados; ou uma lembrança da destruição provocada pelas tropas cartaginesas lideradas por Aníbal; ou, finalmente, a descoberta de urnas funerárias medievais, contendo ossadas de crianças natimortas, portanto não batizadas.

“Aniversário. No décimo aniversário da passagem do Prof. Pietro Lorenzo Negri, sua mulher Tina, o filho Paolo com Sara, Laura com Guido, os netos e parentes, o recordam com infinito afeto. Segunda-feira, 9 de janeiro de 2012 às 18 horas será celebrada missa na Igreja Paroquial de S. Biagio e Savino. Perugia, 7 de janeiro de 2012.”

“Aniversário. 5 de janeiro de 2011. 5 de janeiro de 2012. No primeiro aniversário de seu desaparecimento, a família Marcerelli recorda com amor a Dante [*Figura 15*]. Um missa em sufrágio será celebrada quinta-feira, 5 de janeiro, às 18:30 na igreja de São Rafael, na Via Madonna Alta. A família agradece a todos os que quiserem se unir à oração. Perugia, 3 de janeiro de 2012.

Todos os cartazes têm na base alguns indicativos. “Onoranze Funebri Ifa Passeri”, “Leggerini srl Pompe Funebri”, “Arof Prosperi” ou “Moretti”. São as casas funerárias mais atuantes da cidade de Perugia, algumas com duas ou três filiais, em cidades vizinhas como Assis. Na convivência com as mídias, o pesquisador

pode buscar pelo site dessas prestadoras das pompas fúnebres e terá boas surpresas sobre as prestações oferecidas por elas. A Honras Fúnebres Ifa Passerini tem na lista de produtos a preparação do corpo e tanatoestética. E explica: “A composição e preparação do corpo requer a intervenção de equipe altamente qualificada, capaz de usar ferramentas e produtos profissionais. Por esta razão, é bom não improvisar na limpeza do cadáver e confiar em nossa equipe. Em alguns casos, como mortes resultantes de acidentes ou doenças de longa duração, a tanatoestética, aplicada no tempo certo, tornará o corpo do defunto o mais apresentável possível aos olhos de seus entes queridos. Os funcionários da IFA encarregados dessas tarefas são especialistas e assistem de modo contínuo e regular a cursos de reciclagem ministrados por professores internacionais”. Seguem-se mais de 3 mil caracteres discorrendo sobre transporte, enterro e cremação.



173

Figuras 14 e 15. Cartazes-convite para celebrações litúrgicas em memória de falecidos, afixados nos muros da cidade de Perugia, na Itália. Fotos realizadas em janeiro de 2012.

Em outra das agências, a Leggerini srl Pompe Funebri, o que chama a atenção é o catálogo de automóveis e vans para realizar o último transporte ou féretro. Nada mal para uma empresa tradicional, com um histórico de prestação de serviços desde 1887.

São mais modestas as condições da “Agência Funerária Paraíso Lda”, com sede na Rua Nogueira Frades 1, em Covilhã, quase no alto da Serra da Estrela, em Portugal [*Figuras 16 e 17*]. O diferencial dos cartazes afixados por ela em alguns trechos das ruas sempre íngremes da Covilhã são a presença de fotos dos defuntos em todos eles – embora em tamanho menor. Também o site da Funerária Paraíso é mais sóbrio do que as similares italianas, com textos menos retóricos. Mesmo assim, oferecem quase as mesmas prestações: “Para além de um leque variado de oferta de serviços, que vão desde a Tanatopraxia e Tanatoestética, florista, cantaria, a uma frota moderna de carros funerários. A Funerária Paraíso tem uma larga experiência em questões de repatriamento, constando no seu currículo vários serviços de e para o estrangeiro. Dispomos de serviços fúnebres católicos e não católicos”.

174



Figuras 16 e 17. A agência funerária Paraíso, da cidade de Covilhã, em Portugal, noticia falecimentos e missas de aniversário da morte de seus clientes. A diferença é que os anúncios da serrana Covilhã trazem fotos de todos os mortos – o que acontece apenas em três dos anúncios da cidade italiana. Fotos realizadas em janeiro de 2012.

Em sua missão, a empresa esclarece: “Sendo a plena satisfação dos clientes o nosso principal objectivo, dispomos de serviços em permanente actualização e modernização. A nossa sede dispõe de gabinetes de atendimento personalizado e sala de exposição de

urnas e artigos religiosos, oferecendo toda a dignidade e conforto, e colaboradores experientes para auxiliarem e acompanharem as famílias durante todo o processo doloroso de enlutamento”.

Os efeitos da lei cidade limpa

A chamada Lei Cidade Limpa é uma normativa contra a poluição visual no município de São Paulo, em vigor desde o dia 1º de janeiro de 2007, proposta e sancionada pelo então prefeito Gilberto Kassab. Com 57 artigos, distribuídos em 4 seções, a lei deixa clara sua missão de combate à poluição visual, e de proteção, preservação e recuperação do patrimônio cultural, histórico, artístico da cidade. Seu artigo 18 determina: “Fica proibida, no âmbito do Município de São Paulo, a colocação de anúncio publicitário nos imóveis públicos e privados, edificados ou não”. A lei especifica o tamanho de logomarcas (detalhando centímetros). O fato é que aboliu quase completamente a tradição de colocar cartazes e faixas na cidade de São Paulo. Os totens do McDonald’s, que dominavam a paisagem em entroncamentos como o da Avenida Henrique Schaumann e Rebouças, com cerca de 30 metros de altura; ou os das agências do extinto Unibanco 30 horas desapareceram da paisagem. Um dos setores mais afetados foi o do mercado imobiliário, que se utilizava até de “cheerleaders” (chefes de torcida) para atrair a atenção de possíveis compradores – prática adotada num segundo momento por revendedores de automóveis.

Hoje, o paulistano que visita outras cidades como Belo Horizonte ou a vizinha Guarulhos percebe, com certa surpresa, a poluição visual dessas localidades. Já nos acostumamos com o estilo despojado da capital paulista. A indústria imobiliária se adaptou a essa situação, utilizando-se de jovens com cartazes indicativos [*Figuras 18 e 19*], numa ação que já é discutida pela municipalidade.

Na esquina da rua Traipu com a rua Cândido Espinheira, no bairro das Perdizes, na capital paulista, o apartamento com quatro suítes, de 255 m² é agora anunciado não por faixas, mas por rapazes e moças contratados para exibir pequenos cartazes. São setas que indicam a direção do tráfego para chegar aos locais em que se constroem edifícios de mais de 20 andares, substitutos das simpáticas casas assobradadas que davam o tom característico do bairro

vinte anos atrás. Poucas sobreviveram à especulação imobiliária. A devastação foi descendo o bairro. Após a destruição das casas da rua Homem de Melo, agora chegou a vez das ruas Itapecuru, Turiassu ou Paraguassu. Em vias onde antes trafegavam algumas centenas de carros, hoje são milhares brotando de estacionamentos subterrâneos com capacidade para quatro vagas por apartamento.

176



Figuras 18 e 19. Rapazes e moças exibem pequenos cartazes anunciando empreendimentos imobiliários. Fotos realizadas em julho de 2013.

Conclusão: convivência do painel eletrônico e quiosque de novidades

O painel eletrônico mostrado a seguir [Figura 20] dá bem a dimensão da convivência das mídias, em que o antigo pega carona no atual e no moderno. A conclusão simples e direta que se faz desse ensaio um tanto errático e livre, na proposta já mencionada de Josep Català é que, mesmo “bombardeado por imagens e mensagens”, como quer a linguagem hiperbólica de nosso tempo, há ainda um longo percurso no desenvolvimento e educação de um olhar atento. Do mesmo modo que levamos anos de aprendizado no domínio da escrita e da leitura e interpretação de textos, há um déficit de estudo e análise de imagens. Parafraseando Voltaire, que terminou seu livro *Cândido* com a célebre frase “É preciso cultivar

o jardim”, concluímos com a proposta desta reflexão: é preciso cultivar a leitura atenta das mensagens que a cidade nos oferece em abundância.

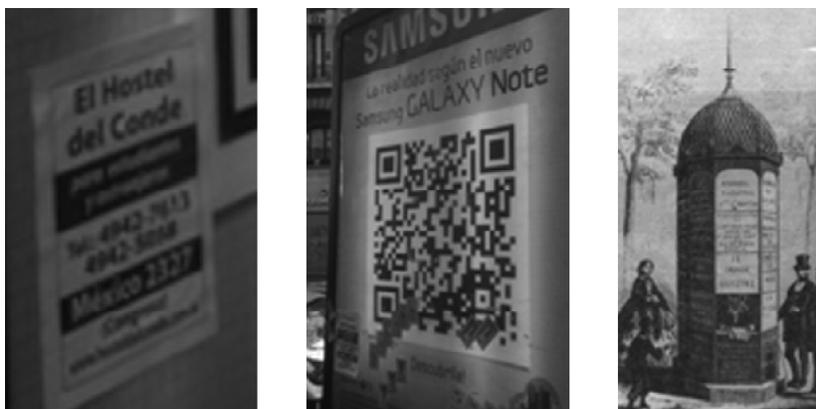


Figura 20. Na Avenida Callao, quase esquina com a Rivadavia, onde se encontra o imponente prédio dos Dois Congressos, em Buenos Aires, uma placa luminosa anuncia o Samsung Galaxy e seu QR Code dá abrigo a um panfleto que divulga o El Hostal del Conde, na Calle México, 2327. Serve ainda de suporte a uma série de filipetas, afixados em sua base. A tecnologia de um suporte eletrônico convive e compartilha o espaço com as mídias de “antigamente” em uma harmonia que desmente o conflito do novo e o antigo. Fotos realizadas em maio de 2012. À direita, imagem de um “quiosque de novidades”, local de fixação de anúncios na Paris do século XIX: as mesmas funções e proposta da placa eletrônica em uso nos tempos atuais na capital portenha.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira. **História da fotorreportagem no Brasil**. A fotografia na imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier Editora, 2004.

ARAÚJO, Luciano M. **As visões da Cidade**. Natal: UFRN, 2003. mimeo.

BLACK, Roger. **Websites que funcionam**. São Paulo: Editora Quark do Brasil, 1997.

CATALÀ, Josep. M.D. **El murmullo de las imágenes**. Santander: Shangrila Textos Aparte, 2012.

_____ **A forma do real**. São Paulo: Summus Editorial, 2011.

178

COSTA, Carlos. **A revista no Brasil do século XIX**. São Paulo: Alameda. 2012.

DI FELICE, Massimo. **Paisagens pós-urbanas**. São Paulo: Annablume, 2009.

FERRARA, Lucrecia, D'Alessio. **Olhar Periférico**. São Paulo: Edusp, 1999.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LIMA, Herman. **História da caricatura no Brasil**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1963 (quatro volumes).

MANGUEL, Alberto. **En el bosque del espejo**. Ensayos sobre las palabras y el mundo. Madrid: Alianza Editorial, 2001.

_____ **Íliada e Odisséia de Homero** (uma biografia). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.

_____ **Uma história da leitura**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

_____ **À mesa com o Chapeleiro Maluco.** Ensaios sobre corvos e escrivatinhas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

OLIVEIRA, José Geraldo. **Grafiticidade e visão travelar:** comunicação visual, rebeldia e transgressão. São Paulo: Cásper Líbero, 2012. (mimeo)

SARLO, Beatriz. **Instantâneas.** Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo. Buenos Aires: Ariel, 1997.

_____ **Cenas da vida pós-moderna.** Intelectuais, arte e videocultura na Argentina. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2000.

_____ **Siete ensayos sobre Walter Benjamin.** Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2000.

_____ **Tiempo presente.** Notas sobre el cambio de una cultura. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2001.

179

_____ **La ciudad vista.** Mercancías y cultura urbana. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2009.

SHUSHKOV, Andrey. **Invention of love.** São Petersburgo: Univ. de Artes e Cultura, 2010. disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=PTdzCAGH3IU> – acessado em 8 de março de 2014.

WHITE, V. JAN. **Edição e design.** São Paulo: JSN Editora, 2005.

WURMAN, Richard Saul. **Ansiedade da informação.** Como transformar informação em compreensão. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1991.



FOTOGRAFIA, MEDIAÇÃO E ESPAÇO URBANO EM BELÉM DO PARÁ: IMAGENS EVENEMENCIAIS COMO RECONFIGURAÇÃO DA EXPERIÊNCIA

José Augusto Mendes Lobato

Introdução

Descontinuidades, fragmentações, rupturas. Remissões, passagens, deslizamentos de sentido. Tais noções são apropriadas para designar efeitos tanto da observação quanto da produção de imagens que focam o que pertence, original, mas não exclusivamente, à experiência concreta. Examinar de que modo se relacionam tais processos – o *conhecer pelo olhar*, por um lado, e o *vivenciar pela captura*, por outro – é uma oportunidade para lançar luzes sobre os modos com que o registro midiático é capaz de orientar o conhecimento do mundo, configurando-se mídia e gerando mediações perceptivas que determinam, em certa medida, o ato de percorrê-lo com os sentidos.

Tal debate, é certo, tornou-se há muito campo privilegiado da comunicação social. São vários os suportes disponíveis para análise: vídeo, áudio, redes interconectadas, hipertexto, imagem pictórica... Cada qual dotado de sistemas de significação próprios que, como já afirmado por autores como McLuhan (1971), atuam como legítimas extensões dos sentidos humanos. Este texto, porém, possui intenção mais modesta que examiná-los todos. Restringimo-nos a um objeto específico – a fotografia – para entender de que modo o registro imagético pode permitir reconfigurações da experiência urbana contemporânea.

O ponto de vista a ser adotado aqui é o de que, por meio de elementos de complexidade narrativa e de recursos próprios da lin-

181

guagem fotográfica, torna-se viável apreender, em determinadas imagens produzidas sobre as cidades, efeitos de sentido ou “embriões” diversos – acontecimentos, objetos, edificações, elementos arquitetônicos, personagens – a partir dos quais a vivência mediada de seus espaços se torna possível. E mais que isso: a partir dos quais a observação e a produção fotográficas se convertem em reconfigurações de sentido sobre a própria urbanidade.

O percurso a ser elaborado tem o objetivo de emoldurar o que denominamos, aqui, *imagem evenemencial*: uma categoria de registro que é a um só tempo a experiência capturada e seu ponto de partida, sujeito e objeto da mediação social cotidiana. Para isso, serão lançados olhares sobre a linguagem da fotografia, os processos de produção de imagens técnicas e suas relações com a cidade – aqui entendida como um complexo sistema comunicativo, que combina meio, mídia e mediação, a ser vivido e compreendido no trânsito por seus espaços (Ferrara, 2008). Também serão discutidos aspectos concernentes aos processos de narração e representação social, bem como as noções de complexidade visual, elaborada por Josep Català (2005), e embrião narrativo, de Buitoni (2010), que auxiliam na demarcação de um tipo específico de produção fotográfica.

Para fins de aplicação prática de tais conceitos, percorreremos o acervo de imagens do projeto de pesquisa “Comunicação, antropologia e filosofia: estética e experiência na comunicação visual urbana da contemporaneidade de Belém do Pará”, que reúne imagens produzidas ao longo de 2013 no intuito de estudar a comunicação visual urbana contemporânea da capital paraense. Observaremos o material, dividido em 11 categorias temáticas que aludem a espaços, módulos arquitetônicos e cenários específicos, com vistas à compreensão das potencialidades narrativas e dos sentidos ali produzidos – ou aventados.

1. Cruzar narrativas e imagens: a demarcação de mundos – e de si

Antes de alcançar a análise aqui proposta, somos instados a resgatar algumas reflexões que apontam o papel e a presença do discurso visual nas sociedades ao longo da história. A perspectiva a ser trabalhada demanda um entendimento do diálogo permanente entre a produção – técnica ou orgânica – de imagens, a constitui-

ção de narrativas e a demarcação simbólica dos espaços mundanos. O que também envolverá, mais adiante, as diferentes perspectivas com que a fotografia, como técnica de reprodução do visual e ampliação do olhar, é analisada ao longo das últimas décadas.

Seja no âmbito da psicologia social, da sociologia ou da antropologia, tornou-se consensual considerar que toda produção simbólica humana perpassa, em maior ou menor medida, a produção de imagens. Muito antes da ascensão de dispositivos técnicos, capazes de abstrair em suportes físicos e digitais fragmentos da vida concreta, o homem encontrou na linguagem visual uma forma de expressar anseios, percepções e entender o mundo à sua volta, com efeitos diretos no campo da cultura. Não à toa, Vilém Flusser afirma que “não é possível se orientar no mundo sem que se faça antes uma imagem dele” (Flusser, 2007: 167).

Essa *função cognitiva* concernente à linguagem visual se manifesta desde a Antiguidade, por meio da pintura rupestre e das artes visuais, e alcança a contemporaneidade por meio de dispositivos como a câmera fotográfica e o audiovisual. É por meio das imagens que o indivíduo constrói sobre o mundo que se torna possível “elaborar representações visuais de sua história” (Buitoni, 2010: 2) – o que, em muitos momentos, se relaciona com as funções lúdica e criativa, naturais a todo trabalho de representação. Adicionalmente, também cabe observar de que modo a apropriação que o homem faz do mundo exterior por meio das imagens mentais influi sobre a consciência de si, com efeitos diretos na demarcação identitária. Autores, como Dietmar Kamper, chegam a atribuir a essa relação homem-imagem-realidade um papel preponderante, tão essencial quanto o da própria expressão linguística:

Os homens hoje vivem no mundo. Não vivem nem na linguagem. Vivem na verdade nas imagens do mundo, de si próprios e dos outros homens que foram feitos, nas imagens do mundo, deles próprios e dos outros homens que foram feitos para eles (Kamper, 2001: 7).

Portanto, vê-se que a imagem é, a um só tempo, mediação entre a vida concreta e o simbólico, *locus* de acesso ao mundo e

espaço de sedimentação de olhares sobre ele. E, também, forma de perpetuar o vivido, o presenciado – a experiência. Não à toa, Kamper afirma que sua natureza é a de ser “presença, representação e simulação de uma coisa ausente” (Kamper, 2001: 12); indo além, nos termos de Baitello (2005^a: 22), pode-se concluir que toda imagem representa “a presença de uma ausência e a ausência de uma presença”, com atribuições documentais que antecedem sua própria materialidade em suportes específicos.

Não é difícil encontrar associações entre tal lógica e a da produção de narrativas que, como diz Sodré (2009: 180), constituem uma base comunicativa que é forma primordial de transmissão “de tradições e modos de ser”. O correto entendimento dos processos de narração nos permite compreender de que modo a imagem, quando alçada ao dispositivo fotográfico, constitui uma nova forma de enunciação não verbal do mundo, marcada por suas funcionalidades identitária e cognitiva.

184

Diversos autores, como Hall (2001), Moscovici (2003) e Bhabha (1998), discutem os procedimentos a partir dos quais a produção de relatos e textos atua na consolidação de identidades, na formação da consciência de si e na própria construção do corpo social; para o primeiro, por exemplo, noções como a de “narrativa da nação” permitem entender de que modo agrupamentos humanos delimitam suas fronteiras culturais, para “conectar seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas” (Hall, 2001: 87), por meio de uma certa “escrita” da tradição.

Medina (2003: 47) diz ainda que sem a narrativa o homem “não se expressa, não se afirma perante a desorganização e a inviabilidade da vida”. Já Moscovici (2003: 51), no âmbito da psicologia social, associa a produção de discursos à construção de representações sociais capazes de gerar “nós de estabilidade e recorrência, uma base comum de significância entre seus praticantes”, e fixar simbolicamente laços de familiaridade com o mundo. A principal atribuição da narrativa, porém, é discutida por Walter Benjamin e está no cerne dos relatos verbais: a *transmissão de experiências*. Ao analisar o papel do narrador no compartilhamento de conhecimentos das sociedades, o autor desenvolve, em um ensaio célebre, uma crítica às formas contemporâneas – romance, relato

de informação etc. – de enunciação e contrapõe, a elas, as histórias contadas e recontadas por anônimos, que seriam ainda capazes de sustentar a dimensão criativa e constitutiva do humano concernente às verdadeiras formas de enunciação (1996: 198).

A perspectiva de Benjamin é bastante clara: os gêneros textuais em ascensão ao início do século XX, notadamente os viabilizados pelos tipos móveis, favorecem leituras autoexplicativas e instrumentais da vida e de seus fenômenos; à narração legítima, despreocupada com valores como a “novidade” de um acontecimento, estaria reservada a verdadeira transmissão de experiências. A narrativa deve, enfim, ser *renovada* a cada instância de enunciação – não pode se esgotar na emissão e recepção bruta de informações (Benjamin, 1996: 204). Diz o autor:

A narrativa [é] (...) uma forma artesanal de comunicação. Ela não está interessada em transmitir o “puro em si” da coisa narrada como uma informação ou um relatório. Ela mergulha a coisa na vida do narrador para em seguida retirá-la dele. Assim que imprime na narrativa a marca do narrador, como a mão do oleiro na argila do vaso (Benjamin, 1996: 205).

185

As perspectivas apresentadas podem nos auxiliar no cruzamento entre narrativas e imagens, essencial para entender o trabalho de representação perpetrado no dispositivo fotográfico. Em suma, estas compartilham as funções de transmissão de experiências, formação identitária e orientação cognitiva diante dos fenômenos do mundo. Diferem, substancialmente, no suporte de expressão – a palavra ou texto versus o campo visual e/ou o imaginário –, mas isso de modo algum invalida a facilidade de combinação de seus elementos conceituais.

Por isso, propomos, de antemão, que um estudo detalhado acerca da linguagem fotográfica deve considerar não apenas sua relação com a expressão visual humana, mas também suas potencialidades relativas à documentação, (re)criação simbólica e demarcação do mundo. Ver o ato fotográfico como produção nar-

rativa implica, enfim, a superação das antigas oposições visual/verbal, imagético/textual, que por vezes marcam a análise dos discursos engendrados na imagem. Deve-se, agora, compreender as especificidades desse formato e revisar algumas reflexões recentes sobre a prática da fotografia.

2. Imagens técnicas e o embrião narrativo: olhares sobre o ato fotográfico

Desde seu surgimento, a fotografia é objeto de estudo segundo orientações as mais diversas. Isso porque, a despeito das evoluções tecnológicas que a seguiram, essa técnica de registro e enquadramento do mundo cotidiano permanece até hoje como um dos mais importantes meios de expressão humana, com desdobramentos relevantes nos campos das artes visuais, da documentação, do jornalismo, da publicidade e da ficção em série.

186

Sua invenção, relacionada às consequências da revolução industrial e à valorização da pesquisa e da ciência no século XIX, contribuiu para a construção da linguagem de diversas outras formas de comunicação do século seguinte, com influência direta nos processos cinematográficos, televisivos e mesmo na signagem das redes digitais. Entendê-la, como processo, técnica, linguagem e sobretudo como *mediação*, é imperativo para apreender os significados da cultura visual contemporânea.

Espelho ou subversão do mundo, “traço” ou recorte de seus cenários e fenômenos, o ato fotográfico é, hoje, importante meio de acesso e, por que não dizê-lo, experiência de contato com a realidade. Flusser (2007) discute o surgimento das imagens técnicas – categoria com que designa tanto a fotografia quanto outros modos de produção visual à base de dispositivos – como consequência natural de nossos processos de abstração; para o autor, estes estão ligados ao “mundo de imagens” criado pelo homem, ao qual cabe realizar “a mediação entre ele e o mundo dos fatos, com os quais estava perdendo contato à medida que retrocedia para observá-los” (2007: 121).

Ao propor uma história humana centrada nos processos de “fabricação” da tecnologia visual, Flusser identifica dois modos de pensamento: conceitual e imagético. O primeiro, mais claro, de-

manda um trabalho profundo de abstração – está ligado, por exemplo, à mídia textual e aos processos psíquicos decorrentes de sua leitura. Já a linguagem das imagens, ao apresentar maior riqueza de detalhes para visualização imediata, oferece um “olhar de fora” (Flusser, 2007: 109), predeterminado e a princípio livre de abstração; porém, de sua leitura decorrem processos igualmente relevantes de fruição crítica. Em suma, “precisamos seguir o texto se quisermos captar sua mensagem”, enquanto que, na pintura e em outros suportes, “podemos apreender a mensagem primeiro e depois tentar decompô-la” (2007: 105).

Também nessa esteira pode ser enquadrado o pensamento de Benjamin (1996: 104) sobre o enfraquecimento da “aura” gerado pela técnica: para ele, os métodos de reprodução mecânica “constituem uma técnica de miniaturização e ajudam o homem a assegurar sobre as obras um grau de domínio sem o qual elas não mais poderiam ser utilizadas”. Ao que Flusser complementa, afirmando que esse trabalho torna o homem não mais sujeito, mas sim objeto da técnica: afinal, ao permitir experiências mediadas, “o aparelho só faz aquilo que o homem quiser, mas o homem só pode querer aquilo de que o aparelho é capaz” (2007: 40).

As reflexões de Flusser, que recaem em uma discussão crítica sobre os modos de associar o pensamento conceitual ao imagético, para que as imagens não “aprisionem” o humano (2007: 143), lançam luz sobre um sistema narrativo próprio que, desde seu surgimento, despertou desconfianças e subserviências, preconceitos e deslumbramentos diversos, muito relacionados à sua capacidade quase mágica de captar e expandir, à primeira vista ilimitadamente, o trabalho do olho humano.

O jornalismo, a ficção seriada, o campo artístico e outros gêneros se nutriram do discurso fotográfico para ampliar suas

*Entender a fotografia
como processo, técnica,
linguagem e sobretudo
como mediação
é imperativo para
apreender os significados
da cultura visual*

187

potencialidades narrativas ao longo do século XX. O que fez com que alguns de seus pressupostos – como a verossimilhança, a documentação do real e seu potencial *transformador* – passassem a ser utilizados como objeto de análises e julgamentos sobre os limites naturais do trabalho de captação do mundo pelas lentes das câmeras.

Seguindo os raciocínios de Dubois (1994), o ato fotográfico veio sendo analisado em ao menos três direções – de um extremo, no qual a representação visual é tida como reflexo ou espelho do mundo, até outro, no qual ela consiste em um traço ou recorte dele. O primeiro discurso é facilmente associado ao da linguagem jornalística de fins do século XIX: cabe à fotografia refletir, servir e plenamente, o mundo que se oferece diante de suas lentes, como um instrumento de documentação. O segundo, mais afeito aos pressupostos da arte, via-a como instrumento de transformação e desconstrução do real.

188

A terceira perspectiva, que é a que defende e aprofunda o autor, decorre da superação das anteriores: entende que todo trabalho de representação é resultado de uma seleção arbitrária por parte de quem o realiza, que prioriza aspectos a ser retratados e determina que outros permaneçam à sombra, fora do enquadramento fotográfico – é construção simbólica, enfim.

Essa visão está ligada, de modo notável, à da semiologia e à da filosofia da linguagem, entre outros campos do saber: estabelece que a câmara escura não é um dispositivo neutro, que toda imagem carrega, consigo, subjetividade. E, conseqüentemente, que compreender a mensagem fotográfica demanda um olhar atento, que considera não apenas o produto material (a imagem), mas também seu processo de captação, suas dinâmicas de leitura e apropriação e o contexto que envolve o ato fotográfico:

A fotografia oferece ao mundo uma imagem determinada ao mesmo tempo pelo ângulo de visão escolhido, por sua distância do objeto e pelo enquadramento; em seguida, reduz, por um lado, a tridimensionalidade do objeto a uma imagem bidimensional e, por outro, todo o campo das variações cromáticas a um contraste branco e preto;

finalmente, isola um ponto preciso do espaço-tempo e é puramente visual (Dubois, 1994: 38).

Assim, o autor indica que o modo mais adequado de entender a linguagem da fotografia demarca sua natureza *indicial*: ela é, sobretudo, um traço do real, um processo a partir do qual um excerto dele é representado, preservando sua materialidade física. O índice é, sobretudo, confirmação da existência do objeto, paisagem ou cena fotografado; deixa o rastro (físico ou digital) que assegura sua permanência, mesmo que como virtualidade. A foto nos conduz, tal qual testemunho, à existência – e não ao sentido – de uma realidade ali apresentada/representada (Dubois, 1994: 52). Diz Buitoni:

A fotografia recorta, circunscreve. Um clique separa a cena do resto do mundo. No entanto, o resto do mundo conserva uma presença “virtual”. O espaço fora de campo (ou espaço *off*, espaço extraquadro) está ausente da representação, mas ao mesmo tempo sabemos e imaginamos sua presença. A imagem fotográfica, sendo sempre parcial, pressupõe a presença de uma exterioridade em seu entorno (Buitoni, 2010: 4-5).

189

Ao discutir o trabalho de registro imagético do mundo no campo do jornalismo, Buitoni desenvolve um raciocínio fecundo ao propósito aqui lançado: o conceito de *embrião narrativo*. Ancorada nas discussões sobre o caráter indicial e documental/informativo do trabalho fotográfico, a autora discute de que modo uma imagem é capaz de enunciar com maior efetividade a natureza de uma forma, objeto, cena e/ou ação que é submetida à captura da câmera.

Para além do “flagrante”, ou seja, da imobilização de um quadro de uma sequência que evidencia o congelamento temporal, o embrião narrativo seria capaz de nos dar “pistas de uma ação a ser continuada, ou que pelo menos nos sugira a existência de ações – antes ou depois – da cena registrada” (Buitoni, 2010: 12), semelhante à noção de *punctum* trabalhada por Barthes. Explica a autora:

O conceito de embrião narrativo envolve uma idéia de sequência, de sucessividade: a modificação temporal está implícita em sua percepção. Assim, embrião narrativo é toda forma ou gesto congelado no tempo *que permita imaginar o passado ou o futuro imediato daquela ação*. (...) A narratividade que pode estar presente numa foto isolada é a mesma potencialidade narrativa de um fragmento de ação (Buitoni, 2010: 12, grifos nossos).

190

Partindo dos pressupostos da imagem técnica como mediação e documento indicial, capaz de produzir sentidos a partir dos excertos de real que captura e das experiências que a envolvem, bem como da existência de um embrião narrativo nas imagens, capaz de captar e sugerir caminhos enunciativos diversos, podemos apreender a relevância de entendê-la como produção *evenemencial*: ou seja, como uma demarcação do mundo que é, a um só tempo, registro de sua existência e produção que orienta suas formas de apropriação e percepção por parte dos olhos que leem as imagens.

3. Da complexidade visual à imagem evenemencial

De certo, a despeito da multiplicidade de suportes possíveis, as imagens de que dispomos hoje para observar os fenômenos mundanos nem sempre nos oferecem as conexões necessárias para o entendimento pleno daquilo que representam. Para além da discussão sobre os efeitos de sua leitura e dos repertórios necessários para fazê-lo, porém, há uma questão que está na origem – nos próprios processos de produção da linguagem visual. Processos que Josep Maríà Català, professor da Universidade Autônoma de Barcelona, veio examinando nos últimos anos, na elaboração de seu longo tratado sobre a *imagem complexa*.

O direcionamento das reflexões de Català é claro: com a ascensão de diversas tecnologias que permitem a multiplicação das imagens no mundo, com apoio de plataformas igualmente variadas – impresso, online, audiovisual etc. –, é preciso repensar o estatuto das representações visuais na vida contemporânea. No centro de tudo está a necessidade de enxergar a imagem como um produto

multifacetado: ou melhor, como diz o autor, é preciso compreender que “la imagen ya no existe, existen em todo caso las imágenes, siempre en plural” (Català, 2005: 43).

Referencialidades, conexões e interações diversas entre as imagens que recebemos e percebemos sobre o mundo fazem com que um novo nexa narrativo se estabeleça no campo da cultura visual – que vem em substituição à cultura da imagem, isolada, hermeticamente fechada em processos que determinam sentidos. Nesse contexto, o autor denomina complexas as imagens que pertencem a essa nova lógica, que considera e recorre à multiplicidade para propor construções simbólicas que permitam uma leitura mais ampla – menos “epidérmica” – do real.

Na cultura visual, imagem e outras produções textuais não interagem mais como peças complementares ou conflitantes, mas como elementos em permanente intertextualidade e diálogo. *A construção de sentido está na simbiose entre imagem e demais linguagens.* Em vez da “estrutura pictórica como emblema”, como “comunicação” ou “mensagem” pronta, diz Català (2005: 43), deve-se pensar nas imagens em permanente diálogo e interação com elas mesmas e com os outros suportes textuais. É a morte da “imagem isolada” e sua substituição pela imagem em movimento (ou em fluxo):

191

Las imágenes contemporáneas difícilmente se perciben de manera aislada, ya sea porque ellas mismas se presentan conjuntamente, aunque pertenezcan a territorios diversos, organizando constelaciones visuales como ocurre en la televisión, o porque nuestra mirada, que ha entrado en un régimen perceptivo peculiar, se encarga de agrupar unas imágenes con otras, como puede suceder cuando nos paseamos por una ciudad. Ya no existen imágenes aisladas, ni siquiera están aisladas aquellas que fueron pensadas aisladamente, aquellas que pertenecen a la época de la imagen cerrada (Català, 2005: 46-47).

O autor tentará traçar, em suas reflexões, algumas características básicas das imagens pertencentes a esse paradigma de com-

plexidade. Ater-nos-emos a elas, para compreender sua relação com as noções até aqui trabalhadas. A primeira é a *multiplicidade* – ou seja, a necessidade de construir representações que sejam capazes de “dar cuenta de la red de elementos que componen el fenómeno” (Català, 2005: 61), considerando não apenas múltiplos olhares sobre ele como, também, múltiplas plataformas para capturá-lo e apresentá-lo. Em segundo lugar, há a *entre-captura*, ou capacidade de as imagens estabelecerem uma relação com o conjunto e, também, de este relacionar-se com as representações individuais. Assim, diz Català, a multiplicidade de um fenômeno visual é capaz de transformar continuamente os elementos, ao mesmo tempo em que estes o transformam. Por fim, elenca-se a *estrutura dissipativa*, que permite às imagens complexas em fluxo vivenciar um permanente desequilíbrio combinado à auto-organização e à pulsão criativa; tal noção está intimamente ligada à ideia de gerir “la relación fundamental entre cambio y estabilidad” (Català, 2005: 61).

192

Embora direcionadas, sobretudo, às diversas mídias eletrônicas surgidas ao longo do século XX e às possibilidades nelas contidas para ampliar a experiência visual, as reflexões de Català são apropriadas para repensar o papel da fotografia como instrumento de demarcação simbólica. Ao apontar características capazes de compor uma “genealogia” da complexidade, o autor ajuda a enriquecer a reflexão que viemos traçando a respeito das potencialidades enunciativas da imagem fotográfica como canal de acesso à experiência.

É nesse campo que se inscreve o que pretendemos denominar imagem evenemencial: *categoria e ao mesmo tempo lógica de construção* de representações visuais que, ao indiciar elementos, objetos e fenômenos do real, permite a visualização de suas facetas possíveis, gestadas por meio dos embriões narrativos presentes à hora da captura. Em linha com a ideia de complexidade visual, entende-se que tal designação deve aludir àquelas imagens que permitam ao homem conhecer, vivenciar – *experimentar* – os ambientes sob representação por meio de permanente multiplicidade e referencialidade, ou seja, do diálogo entre diferentes imagens interconectadas que apresentam diversidade de ângulos, e de conexões capazes de sugerir a lógica do sentido (simbólica), a

materialidade (indicial) e a visualidade (icônica) do instante que é registrado.

É por meio da imagem evenemencial, também, que podemos pensar em um processo a partir do qual seja possível, a um só tempo, *conhecer pelo olhar* (experiência mediada de contato com o mundo) e *vivenciar pela captura* – ou seja, o próprio evento de registro imagético consistindo em instância de contato com o real, permitindo, portanto, a conexão entre pensamentos conceitual e imagético, nos termos de Flusser (2007). Em suma, são estas as imagens que podemos considerar capazes de indiciar, produzir e orientar a experiência humana, gerando mediações constitutivas das sociabilidades, das culturas, das tramas relacionais. *Vida nas e por meio das imagens* – com todas as complexidades, possibilidades e riscos daí decorrentes.

*Imagens evenemenciais
são capazes de indiciar,
produzir e orientar a
experiência humana,
gerando mediações
constitutivas das
tramas relacionais*

193

Esse exercício de reflexão sobre a natureza das imagens e da linguagem fotográfica nos permite um olhar mais atento para as representações visuais realizadas no âmbito do projeto “Comunicação, antropologia e filosofia: estética e experiência na comunicação visual urbana da contemporaneidade de Belém do Pará”. Antes, porém, cabe compreender de que modo os espaços urbanos se relacionam com suas próprias representações e com os debates do campo da comunicação social.

4. Imagem e experiência: a cidade como meio, mídia e mediação

“O novo homem não quer ter ou fazer, ele quer vivenciar. Ele deseja experimentar, conhecer e, sobretudo, desfrutar”
(FLUSSER, 2007: 58).

Poucos espaços são capazes de evidenciar a complexa teia de relações e sistemas das sociedades contemporâneas de modo tão apropriado quanto a cidade. Estrutura-símbolo da modernidade, campo de circulação de significados que exprime, com precisão exemplar, as formas comunicativas propiciadas pelas tecnologias de mídia, o espaço urbano é, em certa medida, produto e razão de ser do planejamento das sociedades industriais – criação dos Estados e dos sistemas econômicos destinada à regulação dos fluxos, à padronização dos modos de vida e ao ordenamento político e cultural. Sobrevivente do século XX, a cidade é, e tende a ser por longos séculos, célula global que organiza a dinâmica da vida. Não é difícil notar suas relações com as mídias e, em especial, com a cultura visual que cerca o indivíduo na pós-modernidade.

194

Nos campos da comunicação e da filosofia, os estudos já realizados sobre a urbanidade tendem a centrar-se nos processos que implicam na socialização dos indivíduos, na sua subjetivação dentro dos espaços citadinos e, também, nos vínculos permanentes entre os locais de convivência social e a produção de identidades coletivas; em suma, nos seus modos “de vida, de relações sociais, de exercício político e de sobrevivência diária” (Ramos, 2005: 1). A cidade, enfim, é vista como um “organismo vivo”, como diz o geógrafo Milton Santos, e entender seu funcionamento é debruçar-se sobre a vida coletiva social, política e cultural, aprofundar-se em seus deslocamentos, inflexões e instabilidades e compreender seus movimentos.

Outro importante eixo de preocupação – que nos interessa de modo especial – é compreender as articulações entre os processos da comunicação de massa e a construção do espaço urbano, tanto em sua materialidade estrutural quanto no que concerne à sua imagem; assim, entendemos a cidade, mais que como lugar de vida ou de identidade, como um complexo sistema onde se confrontam suportes materiais, imagens que a formam e deformam e mediações, geradas por e geradoras das sociabilidades que nela ocorrem.

Nesse sentido, Ferrara (2008) oferece importantes insumos em um trabalho que discute de que modo a cidade se constitui como meio (espaço ou estrutura de circulação), como mídia eficiente – que enuncia a si mesma e tem suas paisagens convertidas em re-

apresentação visual – e como mediação. Como resume a autora, “enquanto construção, a cidade é meio, enquanto imagem e plano, a cidade é mídia, *enquanto mediação, a cidade é urbanidade*” (Ferrara, 2008: 43, grifos nossos).

Recorrendo ao pensamento de Aldo Rossi, importante intelectual da arquitetura, a autora mapeia de que modo a construção da cidade, em especial após a revolução industrial, é capaz de aliar a funcionalidade (necessária ao planejamento das sociedades capitalistas) à trama de relações comunicativas nela possível. Por meio de técnicas e formas construtivas, a arquitetura atribui “a função, o uso e o valor do espaço e, nesse sentido, constitui o suporte através do qual a cidade se constrói como meio comunicativo”, que “possibilita sociabilidades e interações em constantes transformações” (Ferrara, 2008: 41). Delineia-se, portanto, um importante objeto de análise para o campo da comunicação: a cidade e sua dupla face, ao mesmo tempo objeto comunicativo (suporte midiático) e espaço/sujeito das interações que nela ocorrem.

A noção da cidade como meio remete à “pele” das construções, nos termos da autora; são os suportes físicos que permitem (ou impedem) as sociabilidades, constituindo também, por meio dos traços arquitetônicos, a identidade simbólica do espaço. No entanto, é na cidade como *mídia* e como *mediação* que centramos atenções – é nessas duas atribuições que se pode enquadrar a função da imagem fotográfica como meio de acesso à urbanidade. Ferrara apresenta uma perspectiva em relação à cidade-mídia: por estar intimamente vinculada às imagens produzidas *por ela, para ela*, consiste em um mecanismo que simplifica e “arredonda” os contornos de complexidade da vida urbana. As fotos turísticas, as *skylines* que denotam a grandeza dos arranha-céus, as perspectivas das grandes avenidas reforçariam o que a autora chama de “centralismo midiático”, que determinaria (negativamente) os modos de se ver ou admirar as cidades.

195

A imagem é a mídia da cidade sob a égide do visual que distorce a realidade para se tornar palatável à percepção rápida e inconsequente. Uma cidade *prêt-à-porter* como se fosse miniatura de um brinquedo ou caricatura favorável ao jogo comercial e empresarial que a utiliza

A CIDADE E A IMAGEM

como seu objeto. Essa linearidade entre causa e efeito faz com que a imagem seja o alicerce e o instrumento de uma operação de centralismo midiático que determina um modo de ver, usar e valorizar a cidade e faz com que a indiscutível base icônica da imagem migre para uma interpretação que transforma o ícone em emblema e empreste à midialogia da cidade uma representação simbólica. A imagem é, portanto, a primeira forma de comunicação entre a cidade e o usuário através dos seus ícones / simbólicos que, justapostos ou não, são a primeira forma inteligível da arquitetura como código cultural (Ferrara, 2008: 46).

196

A perspectiva, portanto, é de que a fruição da imagem da cidade consistiria em um *apagamento da experiência*: estar-se-ia diante de um controle dos modos de ver programado pelos meios de comunicação. Pedacos selecionados de uma cidade valem pelo todo, sendo “mais retórica visual do que paisagem propriamente dita” (Ferrara, 2008: 47). A cidade midiaticizada é *disciplinar*, recorrendo à terminologia de Foucault (1996): expõe aquilo que deve ser visto, aquilo que é determinado discursivamente na teia das relações de poder. É o cartão-postal, a publicidade ou o mapa da agência de turismo em sua mais pura expressão.

A saída para tal lógica estaria no “grau zero da mídia”: ou seja, em encarar a cidade como espaço de experiência concreta e sociabilidade. Superar o caráter midiático da cidade demanda “usá-la” como *mediação* – experimentando-a como processo, como um espaço em permanente movimento. Para Ferrara, a diferença fundamental está em a cidade permitir, como mediação, a extensão dos sentidos possíveis para seus fenômenos; para além do que é repassado na representação, há um significado latente na urbanidade a ser desvendado pelo intérprete, que se desenvolve como usuário e a reconfigura como sistema.

Ao contrário da imagem da cidade que constitui representação icônica de desejos imaginários de identidade,

individual e coletiva, do usuário através da cidade, a mediação supõe uma auto-organização e transformação do usuário à medida que ele interfere na cidade e contribui para a própria organização do cotidiano que a caracteriza (Ferrara, 2008: 49).

Ora, é justamente no interstício da mídia e da mediação discutidas pela autora que acreditamos que se configura a imagem evenemencial. A captura que é ao mesmo tempo experiência, o registro do mundo que é capaz de reelaborá-lo e determinar seu (re)conhecimento, representa um “grau zero” que se apoia no próprio dispositivo midiático – responsável pela eternização do quadro, do instante, da narratividade que se constitui nos espaços e paisagens da cidade contemplada. Para além de um olhar puramente instrumental, especular ou espetacular do mundo encarnado em imagens, acreditamos ser possível desvendar e fazer surgir sentidos sobre ele dentro do registro visual – resgatando a essência de transmissão de experiências, atribuída por Benjamin ao relato verbal, para aplicá-la ao campo fotográfico. Mais que à lógica da publicidade, do jornalismo, da arte ou de outros gêneros, portanto, a representação imagética do espaço urbano serviria a ele próprio e aos que nele vivem: à configuração da urbanidade como modo de vida e repositório da cultura humana.

197

5. “Fisionomia Belém”: olhares sobre a urbanidade

Realizado por professores e discentes da Universidade da Amazônia (Unama), com colaboradores de instituições como Universidade Federal do Pará (UFPA) e Universidade de São Paulo (USP), o projeto “Comunicação, antropologia e filosofia: estética e experiência na comunicação visual urbana da contemporaneidade de Belém do Pará” propõe um estudo sobre as formas de comunicação visual da metrópole de 1,4 milhão de habitantes, considerando suportes como fachadas de casas, estabelecimentos comerciais, prédios, igrejas e monumentos, anúncios publicitários, praças e avenidas.

As imagens componentes da série “Fisionomia Belém”, resultante do projeto de pesquisa, foram produzidas com câmeras digitais amadoras ou semiprofissionais pelos próprios pesquisadores do

grupo – são, portanto, registros informais, realizados nos diversos horários e dias da semana, ao longo do ano de 2013, sem orientação específica. O material foi recolhido, editado e distribuído em 11 categorias, que concernem à natureza dos espaços sob representação ou ao âmbito urbano focalizado: Comércio; Praças; Publi-Cidade; Passantes, Passageiros e Trajetos; Intervenções Urbanas; Ruas e Edificações; Vidro; Maquinismo; Limiares; Conjunto; e Templo.

Compilado em uma página na internet¹ e também reunido em uma exposição, o resultado da investigação sinaliza a aplicabilidade de nossa hipótese da imagem evenemencial, ao reunir imagens que ressignificam a experiência urbana ao mesmo tempo em que a elegem como objeto de atenção. Tomam a câmera fotográfica como ponto de partida para, a partir dela, investigar e produzir novas formas de vivenciar e contemplar a cidade, com todas as suas nuances, possibilidades e narratividades. *A pesquisa é, em si, uma nova vivência sobre o espaço, e seu resultado alimenta novas formas de presentificá-lo.* As séries fotográficas, enfim, são capazes de pôr em prática os propósitos centrais do projeto, descritos no seguinte texto:

198

As imagens são *locus-signu* que possam exibir a condição contemporânea cidadina. Essas imagens procuram um certo registro dessa existência. Diz-se um certo registro porque sabe-se da conhecida condição inerente à fotografia que diz respeito à intervenção da câmera na realidade, o que já daria à imagem não mais a sua condição de mera reprodução da realidade, mas de uma certa representação, uma certa construção do real. Pretende-se, nessas imagens, certa densidade para exibir; certa exibição para cindir. (...) Neste site não existem imagens banais e, espera-se que não exista, de quem as vê, vulgaridade. O que pode parecer uma imagem comum procura ser exibida como um signo que se relaciona com a existência contemporânea de uma cidade opaca e cintilante; de ruínas e andaimes; rápida e estática; múltipla e

¹ Disponível em: <http://projetoFisionomiaBelem.blogspot.com.br>. Acesso em 30 set. 2013.

única; distinguível e inseparável; vazia e repleta de gente. (...) O desafio é gigantesco. Impossível captar a cidade em sua completude; procura-se exibi-la em seus signos. É para reconhecer esses signos que essas imagens são realizadas.²

Um dos pontos mais significativos na observação de tais imagens é sua *instabilidade*. Boa parte dos registros, sobretudo os realizados à noite, exhibe construções, personagens e avenidas fora de foco, nem sempre bem posicionados. O ponto de vista, tanto em relação ao enquadramento quanto no que concerne à posição de captura (altura, ângulo etc.), assemelha-se ao da câmera subjetiva, muito comum no cinema e na televisão: busca-se dar a sensação de que a imagem foi capturada pelo olho humano. A ideia é a de que há um “passante”, análogo ao *flâneur* de que nos fala Benjamin (1991), que percorre a cidade, no intuito de observar seus fenômenos, de modo desapressado, livre e contemplativo, experimentando-a como quem a conhece pela primeira vez. A contemplação da *alteridade* marca sua forma de se relacionar com o exterior, visto que não se sente preso às raízes do espaço urbano; não o encara com um olhar de familiaridade. “O olhar do alegórico a perpassar a cidade é o olhar do estranhamento. É o olhar do *flâneur*, cuja forma de vida envolve com um halo reconciliador a desconsolada forma de vida vindoura do homem da cidade grande” (Benjamin, 1991: 39).

A *multiplicidade* também se destaca, tanto em relação a aspectos técnicos (resolução, equipamento utilizado etc.) como na documentação de diversos lugares da cidade – embora algumas categorias, notadamente Ruas e Edificações, Passantes, Passageiros e Trajetos e Comércio, se concentrem no centro expandido. Outro elemento é a *conectividade/inter-relação* dos registros: por meio da articulação em “temas” específicos, é possível analisar os ângulos oferecidos sobre a cidade de modo segmentado. Na categoria Vidro, destacam-se os edifícios de bairros como Umarizal e

² Disponível em: http://projetoфизиonomiabelem.blogspot.com.br/p/blog-page_22.html. Acesso em 30 set. 2013.

A CIDADE E A IMAGEM

Batista Campos; em Comércio, fachadas destruídas ou degradadas de prédios históricos interagem com equipamentos modernos, *outdoors*, painéis multicoloridos e casarões revitalizados, muitas vezes com cores e elementos que destoam dos estilos *art nouveau* e colonial, comuns em bairros históricos como a Cidade Velha (*ver imagens abaixo*).



200

Vê-se, portanto, que a série reúne elementos de complexidade visual, nos termos de Català (2005); investe-se na serialização de fotografias que permitem uma observação pormenorizada de determinadas regiões da capital do Pará, com materiais que podem ser lidos de diferentes maneiras. Na realidade, os locais registrados não são creditados: tampouco há referências visuais claras – como placas ou pontos turísticos que os demarquem. A imagem atua, sobretudo, como “traço” do corpo social, de uma urbanidade rerepresentada visualmente. Está, portanto, nos termos do autor, dentro de

(...) un conjunto movimiento conceptual, a través del que nos ofrece distintas facetas de un mismo fenómeno, distintas posibilidades, cada una de las cuales modifica las relaciones de los elementos que la componen (Català, 2005: 546).

Outro aspecto que salta aos olhos é o foco na representação dos hibridismos que configuram o espaço urbano. Sobretudo nas categorias Templo – que reúne imagens de edificações religiosas cristãs – e PubliCidade – cujas fotos mostram interações entre logos publicitárias, edifícios e tecnologias como o neon –, usa-se o meio, ou seja, o suporte físico, nos termos de Ferrara, para assinalar as “distintas peles culturais da cidade” (2008: 44), que mesclam temporalidades diversas e muito dizem sobre as interações entre tradição e modernidade nas metrópoles brasileiras.

Embora sem personagens ou sem apresentar cenários amplos, essas imagens atestam, em um procedimento notadamente indicial, mas também simbólico, a existência de determinados signos que configuram um elemento marcante da paisagem urbana: seu caráter múltiplo, caótico, para muitos *pós-moderno*, que se evidencia na mistura de estilos, na quebra ou dessacralização de referenciais históricos e na reapropriação do clássico e do tradicional. Global e local se mesclam em construções como a agência bancária instalada em um casarão do século XIX, o arranha-céu erguido ao lado de escombros de uma antiga residência e o ícone publicitário que alude à colonização portuguesa local por meio de uma logomarca em neon, moldada sobre uma Cruz de Malta estilizada (*ver imagens na próxima página*).

Em relação à narratividade, as imagens atuam de modo sutil, principalmente por meio de veículos ou pessoas em movimento nos locais fotografados. Aqui se encaixa a noção de embrião narrativo: fotografias de alguns temas, como Comércio, Passantes, Passageiros e Trajetos e Limiars, são capazes de apresentar diversas sugestões concernentes ao passado e ao futuro do momento que foi congelado no instante da captura. A foto é mais do que o momento fotografado; expande-se para fora daquilo que a lente demarcou.



202



Diz-nos Buitoni, ao discutir a presença do embrião narrativo no fotojornalismo, que “uma foto que apresenta uma narratividade latente estará mais apta a fazer interface com o texto ou ser a peça informativa principal” (Buitoni, 2010: 12). Entendemos que, ao se propor como peça de registro de uma cidade, a série “Fisionomia Belém” busca apresentar elementos que permitam a apropriação de sua urbanidade exclusivamente pelas imagens. O foco nos espaços públicos, no “olhar de fora” – ou, mesmo quando de dentro, focado naquilo que é exterior, como na imagem que registra uma mulher caminhando ao lado de um ônibus (*ver imagens na próxima página*) –, representa o objetivo de enunciar cenários urbanos que permaneçam em referencialidade com o instante vivido, em uma relação que vai além do aqui-e-agora fotografado.

A contemplação de alguns excertos do trabalho do grupo de pesquisa nos permite, portanto, identificar as potencialidades das

imagens evenemenciais que ressignificam espaços urbanos: produtos e documentos de uma realidade mediada por dispositivos tecnológicos, ao mesmo tempo submetidas às condições de captura do instante e às múltiplas leituras possíveis de seus signos, constituem-se como uma ferramenta efetiva de entendimento dos processos a partir dos quais a urbanidade é representada nas imagens e, por elas, transformada. A partir dos quais, em suma, o que um dia foi mídia se torna mediação constitutiva.



6. Vendo – e vivendo – a cidade pela imagem

Neste artigo, propusemos o discurso fotográfico como caminho para compreender de que modo representações visuais, experiências de contato com o mundo e espaço urbano poderiam ser interligados, produzindo imagens capazes de articular significados em permanente deslizamento no ambiente das cidades.

Por meio da observação da série fotográfica “Fisionomia Belém”, vislumbramos narratividades, produções de sentido e for-

mas de demarcação simbólica da urbanidade que apontam para o potencial do ato fotográfico de construir mundos possíveis; considera-se essencial, porém, estudar a viabilidade de aplicação da hipótese da imagem evenemencial em outros suportes, contextos e linguagens, como a audiovisual e a perpetrada nas redes interconectadas. Nossa hipótese é de que tal forma de produção parece ser uma espécie de caminho natural, sem volta, para as imagens que medeiam o diálogo entre nossos olhos e o mundo a ser visto – e vivido – na contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

BAITELLO JUNIOR, Norval. As núpcias entre o nada e a máquina: algumas notas sobre a era da imagem. **Revista Científica de Información y Comunicación**, 2, 2005, p. 19-29.

BARTHES, Roland. A mensagem fotográfica. In: LIMA, Luiz Costa (org.). **Teoria da cultura de massa**. 3ª edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BENJAMIN, Walter. **Walter Benjamin, Sociologia**. 2.ed. São Paulo: Ática, 1991.

_____. **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

BHABHA, Homi. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **O registro imagético do mundo: jornalismo, embrião narrativo e imagem complexa**. Anais do 19º Encontro Anual da Compós, 2010, RJ.

CATALÀ, Josep María. **La imagen compleja**: la fenomenologia de las imágenes en la era de la cultura visual. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2005.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

DUBOIS, Philippe. **O Ato Fotográfico e outros ensaios**. Campinas: Papirus, 1994.

FERRARA, Lucrecia d'Aléssio. **Ver a cidade**: cidade, imagem, leitura. SP: Nobel, 1988.

_____. Cidade: meio, mídia e mediação. **Matrizes**, São Paulo, n.2, p.39-53, abr. 2008.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.

_____. **O universo das imagens técnicas**. São Paulo: Annablume, 2008.

FONTCUBERTA, Joan. **El beso de Judas**. Fotografía y verdad. Barcelona: Gustavo Gili, 2000.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.

GOMES, Mayra Rodrigues. **Jornalismo e ciências da linguagem**. SP: Edusp e Hacker, 2000.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. RJ: Guaracira Lopes Louro, 2001.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2003.

KAMPER, Dietmar. Imagem. In: WULF, Christoph; BORSARI, A. (Orgs.). **Cosmo, corpo, cultura**. Enciclopedia Antropologica.

A CIDADE E A IMAGEM

Milano: Mondadori, 2001. Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/imagemkamper.pdf>>. Acesso em: 08 set.2013.

LOBATO, José Augusto Mendes. **Imagens em movimento ou imagens de movimento?** Trabalho apresentado no XVI Congresso Intercom Região Sudeste, maio de 2011, São Paulo.

MAFFESOLI, Michel. **A Contemplação do Mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1974.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente**. São Paulo: Summus, 2003.

206 MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 2003.

RAMOS, Célia Maria. **Poéticas do Urbano**. Florianópolis: Bernúncia; Naemblu, 2005.

SANTOS, Milton. **O país distorcido**. São Paulo: Publifolha, 2002.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: Notas para uma Teoria do Acontecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009.

UMA PRAÇA E “SEUS GIRASSÓIS”: AS NARRATIVAS IMAGÉTICAS DA HISTÓRIA DE PALMAS

**Edna de Mello Silva (UFT),
Liana Vidigal Rocha (UFT)
e Sérgio Ricardo Soares (UFT)**

Introdução

Olhar uma cidade e decifrar suas imagens pode ser uma experiência de contrastar referências perdidas na memória com o primeiro contato curioso de desvendamento de novos espaços, cheiros e gostos. Não obstante os juízos de valor que impregnam de subjetividade e as avaliações estéticas do que se vivencia em novos ambientes, há uma marca inaugural que toda paisagem urbana oferece a um observador mais atento, algo que emana de sua essência.

Para quem chega a Palmas, capital do Estado do Tocantins, pelo acesso da rodovia Belém-Brasília (BR 153), após quilômetros de paisagens do cerrado, com árvores retorcidas e solo árido, a visão que se descortina é deslumbrante. A partir da ponte que liga a cidade de Paraíso à de Palmas, banhada pela imensidão do lago formado pela Usina Hidrelétrica de Lajeado, surge um oásis verde que avança em direção à linha do horizonte onde se avista um lindo palácio, como que demarcando o ponto final da viagem. Experiência semelhante pode ter quem chega por via aérea durante o dia e toma contato com uma emoção que mistura medo e admiração com o sobrevoo da aeronave sobre o lago, antes do pouso no aeroporto. Seguindo-se por via terrestre, em direção ao centro da cidade, é possível visualizar uma longa estrada (Avenida Teotônio Segurado) cujo ponto final culmina também no palácio.

207

Há quem veja em Palmas uma capital que se projeta em direção ao futuro, com promessas de sucesso e desenvolvimento. Há quem perceba a falta de planejamento urbano, o pouco uso coletivo dos espaços, o trânsito que privilegia o transporte por automóvel, embora a cidade seja plana e possa favorecer o uso de meios menos poluentes. Há quem veja a beleza. Há quem veja os vazios. No entanto, há um lugar capaz de sintetizar todas as contradições que envolvem a cidade e seus moradores. A Praça dos Girassóis, onde se localiza a sede administrativa do governo do estado, reunindo os monumentos criados para simbolizar a história que se deseja reproduzir sobre o estado, é o objeto de estudo deste artigo. O ponto central da investigação é discorrer sobre os elementos que compõem a narrativa imagética e os discursos inerentes ao processo de construção simbólica das imagens presentes nos monumentos dessa praça.

208

Esta perspectiva, a partir do referencial teórico que envolve de um lado os conceitos de lugar e as narrativas históricas sobre a origem do Estado do Tocantins e da cidade de Palmas, e, de outro, as teorias da imagem e do discurso, pretende-se colocar em debate as construções textuais em torno do imaginário da cidade. Dos procedimentos metodológicos da pesquisa fazem parte a revisão de literatura e a pesquisa bibliográfica; a documentação dos objetos analisados por meio do registro fotográfico e a discussão dos resultados a partir das inferências obtidas pelo uso das técnicas de Análise da Imagem.

Tempo e espaço são elementos constitutivos de qualquer narrativa. No caso específico de Palmas, o encontro do contemporâneo e do passado histórico se oferece ao olhar na perspectiva das construções simbólicas dos monumentos, de sua estética e discursos que podem ser vistos num espaço público. Espera-se com este trabalho evidenciar que tais características podem também oferecer outras leituras e desdobramentos à análise que seja despertada pela pesquisa e observação.

1. Palmas, Tocantins: um pouco da história

A reivindicação de Tocantins como unidade emancipada remonta a séculos. Permanece ainda hoje o cultivo da memória das lutas de Joaquim Teotônio Segurado, militar que, no início do sé-

culo XIX, liderou uma primeira revolta separatista do norte de Goiás contra a administração desta capitania. Já naquela época, a motivação centrava-se nas más condições econômicas e sociais da região, distante e isolada do centro administrativo goiano, ao sul.

Para Parente (2007), a região das Minas dos Goyazes, ou Norte de Goiás, viveu dois momentos distintos referentes à exploração do ouro e ao esgotamento do minério na área. No início do povoamento, a preocupação era com a cobrança de impostos e o perigo do contrabando, uma vez que a região era grande produtora de ouro. Mais tarde, com o declínio da exploração, a região passou a sofrer um quadro de pobreza e esquecimento.

A respeito do bandeirismo responsável pela busca de metais e pedras preciosas, há indícios de que Bartolomeu Bueno da Silva (filho do primeiro Anhanguera), e mais alguns sócios, em 1722, tenham obtido autorização da Coroa Portuguesa para organizar uma expedição para explorar o interior do país, indo em direção ao Norte. Em 21 de outubro de 1725, Bartolomeu Bueno retorna dessa expedição com a notícia da descoberta das minas de ouro nos sertões dos Goyazes.

A região, hoje conhecida como Tocantins, viveu uma fase áurea no séc. XVIII com a extração do ouro. Os exploradores “em quinze anos abriram caminhos e estradas, vasculharam rios e montanhas, desviaram correntes, desmataram regiões inteiras, rechaçaram os índios, exploraram, habitaram e povoaram uma área imensa” (Palacin e Moraes, 1989: 30). Parente (2007) avalia que o declínio dessa fase foi rápido:

O ouro goiano teve vida efêmera e vários foram os fatores atribuídos a esse rápido declínio. Dentre eles, as técnicas rudimentares com as quais se exploravam as jazidas. Como os depósitos auríferos predominantes em Goiás eram do tipo aluvional, o minério acumulava-se no fundo e nas margens dos rios. Assim, o escravo não precisava de uma técnica mais sofisticada para extraí-lo: bastava arrancar o cascalho e peneirá-lo para que o ouro, mais pesado que a areia, ficasse depositado no fundo da bateia (Parente, 2007: 54).

O norte goiano, geograficamente mais afastado da sede da capitania, sofreu mais contundentemente com a crise advinda do declínio da mineração. A saída foi investir na economia de subsistência e criação de gado, o que na época não era suficiente para manter em boas condições de vida os habitantes da região. “Toda a capitania entrou num processo de estagnação econômica. No norte, o quadro de abandono, despovoamento, pobreza e miséria foi descrito por muitos viajantes que passaram pela região nas primeiras décadas do século XIX” (Palacim e Moraes, 1989: 46).

Em 1806, Joaquim Theotônio Segurado, desembargador e posteriormente ouvidor da Comarca do Norte, relatou a situação de miséria. Ciente do caso, a Coroa Portuguesa decidiu investir na navegação pelos rios Tocantins e Araguaia com o intuito de que esta prática auxiliasse no desenvolvimento do comércio local com o litoral (diga-se Pará). Vale lembrar que a navegação havia sido proibida pelo governo português a fim de evitar o contrabando do ouro.

210

Três anos mais tarde é criada oficialmente a Comarca do Norte, que compreendia os julgados de Porto Real, Arraias, São Félix, Conceição, Cavalcante, Flores, Traíras e Natividade, sendo essa última a sede da ouvidoria enquanto a vila de São João das Duas Barras não era construída. Apesar do empenho de Theotônio Segurado, a vila nunca foi erguida.

O movimento que exigia a recolonização do Brasil, iniciado no Porto em 1820, deu início ao processo de emancipação do país. O então ouvidor Theotônio Segurado esteve à frente do movimento separatista, declarando inclusive a independência da Comarca do Norte do governo da Comarca do Sul. Porém, com a reticência de Segurado em se desvincular de Portugal, a causa separatista perdeu força e apoio. Em janeiro de 1822, ele é enviado para Lisboa como deputado representante de Goiás.

Durante os anos que se seguiram, o projeto de criação do Tocantins, na forma de Estado ou mesmo de território, continuou vivo. Visconde de Taunay (1863) e Fausto de Souza (1889) também propuseram a separação do norte goiano e a criação da região do Tocantins. Infelizmente, as sugestões não se concretizaram e passaram a constar apenas nas páginas da imprensa regional (*Folha do Norte e Norte de Goiás*).

Muitos anos mais tarde, a partir da década de 1960, o nome de José Wilson Siqueira Campos passa a despontar capitaneando novamente a campanha da sonhada separação. Em 1985, como deputado federal, ele consegue do Ministério do Interior a instituição de um comitê para estudar o projeto. O objetivo central é alcançado com a Constituição de 1988, que determina a divisão de Goiás, garantindo a Siqueira Campos o posto de primeiro governador do Tocantins (Carvalho, 2002).

Mas nenhuma ação para firmar a presença do Tocantins no mapa brasileiro foi tão contundente quanto a decisão de construir Palmas. À altura da

emancipação, o Estado contava com outras cidades de médio porte capacitadas para acolher a capital, como Porto Nacional, Gurupi ou Araguaína. Porém, a opção recaiu sobre o surgimento de uma nova cidade, localizada no exato centro do Estado, instrumento de desenvolvimento de uma região pouco assistida pelo poder público.

Lúcia Moraes (2006) se contrapõe, no entanto, a essa narrativa oficial, identificando em Palmas a culminância de um processo denominado “marcha para o Oeste”, uma estratégia para o avanço sobre o interior profundo do país por meio da implantação de capitais planejadas, modernas em sua aparência urbanística, porém imbuídas de políticas conservadoras e excludentes de ocupação do solo. O fenômeno se iniciaria na década de 1930 com Goiânia e ganharia proporções nacionais com Brasília, nos anos 1960. Três décadas mais tarde, Palmas prolongava a marcha para a fronteira com a Amazônia.

Concebida dentro de preceitos que uniam algo do modernismo de Brasília ao conceito de cidade-jardim integrada ao meio ambiente, Palmas, logo nos primeiros anos, foi povoada por massas de migrantes das mais diversas partes do Brasil, instalados numa infraestrutura urbana precária que permanece em formação e crescimento até hoje.

*Mas nenhuma ação para
firmar a presença do
Tocantins no mapa
brasileiro foi tão
contundente quanto a
decisão de construir
a cidade de Palmas*

Palmas, para os seus idealizadores, é um barco onírico navegando no tempo do desejo. Sintetiza a luta de emancipação do Estado do Tocantins, cobrindo o passado recente de sombras, reduz às cinzas a lembrança do atraso, da solidão, da pobreza, da *secura sertaneja* de galhos retorcidos em meio ao vento e a poeira cobre-dourada que varria as suas extensões. Paisagens rapidamente soterradas pela projeção dos seus monumentos, traçados, cores, avenidas (Silva, 2008: 41).

A população, já tendo ultrapassado 240 mil habitantes em 2012 (segundo dados do IBGE), espalha-se irregularmente num município com mais de 2000 km², fazendo com que muitas das suas superquadras (com 700 metros de lado) permaneçam ainda vazias, embora convivam com uma arraigada especulação fundiária.

212

2. O lugar como referência da imagem

O estabelecimento de uma nova unidade da Federação – um novo “lugar” – requisita, para além das justificativas factuais políticas e econômicas, a construção de um imaginário que gere um sentimento de pertencimento às populações outrora goianas e agora tocaninenses. Poderíamos aplicar num âmbito estadual o que Stuart Hall fala sobre as culturas nacionais, compostas não apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações. Uma cultura nacional é um *discurso* [grifo do autor] – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos. (...) Esses sentidos estão contidos nas estórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas (Hall, 2001: 50-51).

Segundo Castello (2007), lugar é um espaço qualificado que se torna percebido pelas pessoas a partir de suas experiências motivadas por estímulos ambientais. Esses estímulos são diversificados e podem ser representados por narrativas, fama, dons culturais, associação a prédios históricos e a atos políticos ou a tradições locais, pela construção de uma emoção, fantasia ou pela oferta de fruição sensorial.

Como já adiantado, interessa-nos por ora a imagem do lugar no sentido proposto por Lucrécia D' Aléssio Ferrara (2011: 38) em suas pesquisas sobre os ambientes urbanos: quando o espaço está “sob impacto perceptivo do usuário – atenção, observação e comparação – [...] se transforma em lugar, ambiente de percepção e leitura, fonte de informação urbana”. Para a autora, a cidade oferece textos que possibilitam leituras de seus observadores por meio de marcos referenciais percebidos nas ruas, avenidas, luzes ou cores dispersas no espaço, compondo os signos da cidade.

Enquanto texto não-verbal, a cidade deixa de ser vista como espaço abstrato das especulações projetivas, sociológicas ou econômicas para ser apreendida como espetáculo, como imagem. Nesse sentido, a apreensão da cidade como texto não-verbal não só a preenche, como lhe garante um trânsito informacional com seus usuários. Daí os índices referenciais capazes de situar, contextualmente, os lugares, os “pedaços urbanos” (Ferrara, 2011: 20).

213

O professor Català Domènech (2011) avalia que as imagens que uma sociedade produz revelam sintomas que se expressam por meio de sua estrutura visual. Para ele:

As imagens, além de serem expressões que se transformam, pela forma representativa ou formativa, em visões emocionais que despertam o olhar do espectador, têm – com base em um aspecto dessa função autônoma que destaquei – a capacidade de ser sintoma dos aspectos da cultura que as criou ou das pulsões de seu criador (seja este um indivíduo ou uma empresa), assim como da condição dos espectadores (Català, 2011: 43).

Català cita ainda, que Benjamin fomentou o que chamou de arqueologia do presente ao preocupar-se em analisar no passado as origens das transformações futuras – e que essa análise levou-o a descobrir “imagens que representavam os sonhos ocultos do presente”.

A CIDADE E A IMAGEM

Benjamin examinava a sociedade parisiense do final do século XIX, considerando que Paris era a capital da modernidade e ali se produzia o jogo dialético entre um presente triunfante, mas sem consciência, e o germe de uma subversão desse presente. Essa polêmica dava lugar a imagens em que as tensões eram representadas. [...] Por meio dessas imagens, o presente sonhava com seu porvir e precisamente por isso elas só eram decifráveis corretamente a partir desse porvir, ou seja, quando se produzisse o despertar desse sonho (Català, 2011: 114).

214

A partir dos três paradigmas da imagem, a imagem pré-fotográfica, a fotográfica, e a pós-fotográfica, Santaella e Nöth (2001) estabelecem uma relação com os estudos de Lacan e de Charles Peirce. Assim, o paradigma pré-fotográfico se relaciona com a primeiridade de Peirce e à instância do imaginário de Lacan. O paradigma fotográfico corresponderia à secundidade de Peirce e à instância do Real de Lacan e o paradigma pós-fotográfico seria análogo à terceiridade de Peirce e à categoria simbólica proposta por Lacan. O registro do imaginário é o que mais se aproxima dos problemas da imagem. Lacan, ao falar do “estádio do espelho”, afirmava que este é o momento em que o “eu” do indivíduo começa a ser construído. A criança aos seis meses de idade já consegue identificar-se na imagem do espelho ao ver a imagem da mãe nele projetada. Ao ver a própria mãe com um bebê ao colo, a criança sabe que o bebê é ela mesma e se reconhece como ser independente da mãe, como indivíduo. Essa primeira imagem de si é uma imagem especular, onde o “eu” projeta suas subjetividades na imagem em que se espelha, o imaginário do corpo, da mente, das relações sociais. A relação da imagem pré-fotográfica com a subjetividade do autor e seu imaginário é constante, tanto na concepção artesanal do artista que a compôs, no gesto, no olhar, como na subjetividade de quem a vê. “Entre o espelho e a miragem, ela é sempre fruto de um olhar transfigurador, capaz de projetar uma imagem do mundo: algo disperso que se configura numa unidade ideal, numa totalidade unificada” (Santaella e Nöth, 2001: 190).

O estudo do imaginário apoiado na teoria da imagem integra um referencial teórico interessante para a análise das representações da cidade, principalmente porque ajudam a entender as especificidades e as subjetividades do autor, da instância do simbólico do objeto representado e da compreensão que a comunidade compartilha sobre o fenômeno decorrente desse movimento. Estes são os pressupostos teóricos das análises que colocamos em debate, a seguir. Para facilitar a compreensão, optamos por descrever as inferências obtidas pela análise e apresentar imagens fotográficas dos objetos.

3. As narrativas imagéticas da Praça dos Girassóis

A primeira pergunta que o visitante comum poderia fazer ao chegar à praça seria: onde estão os girassóis? Não sendo o girassol uma planta nativa do cerrado, o nome dado à praça central da cidade seria uma referência aos girassóis da Rússia comunista (Silva, 2008). Plantados constantemente na praça, nunca conseguem resistir muito tempo ao clima, numa inadequação não só estética, mas biológica e paisagística. Permanecem firmes apenas na sua versão metálica dourada na decoração do gradeado em torno do Palácio Araguaia, inspirada no Palácio de Versalhes [*Figura 1*].

215

O perímetro da Praça dos Girassóis ultrapassa os três quilômetros, servindo de mote para que publicações oficiais e turísticas a situem – nunca com precisão – entre as duas ou três maiores praças do mundo (e seguramente a maior do Brasil). Some-se a isso o fato de ela se localizar no coração da cidade, no encontro dos eixos perpendiculares que consistem nas duas principais avenidas palmenses, a Teotônio Segurado (Norte–Sul) e a Juscelino Kubitschek (Leste–Oeste).

A vasta extensão da praça é preenchida ainda por uma série de elementos, estilemas do governador-fundador, com potencial de se converterem em atrativos turísticos: fonte luminosa, jardins com dezenas de espécies vegetais típicas do cerrado, relógio de sol, monumentos reverenciando os mais diversos motivos. A muitas dessas construções voltaremos em seguida para uma averiguação mais detalhada.



Figura 1. Detalhe dos Girassóis nas grades.

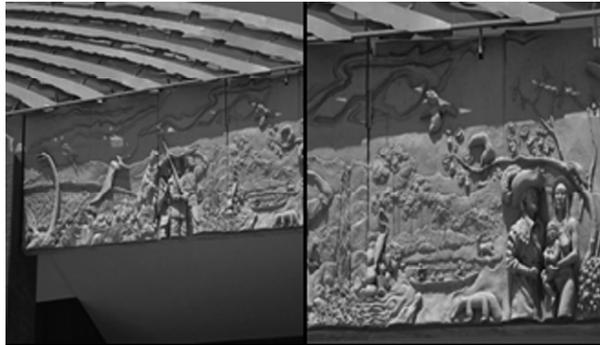
216

3.1. Aspectos narrativos das frisas do Palácio

Ainda que superlativa, a Praça dos Girassóis, como se disse, tem no Palácio Araguaia um elemento dominante. O prédio, com traços modernistas, foi projetado pelos arquitetos Ernani Vilela e Maria Luci da Costa e construído logo no primeiro ano de Palmas. Uma série de detalhes do Palácio reforça as pontes com o passado distante. Um dos mais surpreendentes são as chamadas frisas, faixa com 100 metros de fibra de vidro em alto relevo que circunda toda a parte superior externa do prédio. Encomendada ao artista plástico Maurício Bentes, ela é formada por 68 quadros que retratam várias etapas da luta pelo Tocantins, encerrando justamente na sua emancipação política e econômica.

O acúmulo de informações sobrepostas, fazendo referência a tempos distintos reorganizados num mesmo espaço, gera uma espécie de narrativa imagética particular e imprecisa, que brota já nos primeiros quadros da obra: o primeiro deles, que seria o marco zero da história local, traz uma inesperada cena selvagem, à maneira de Albert Eckhout, com dinossauros e pterossauros, no que parece ser uma menção aos sítios arqueológicos presentes na Serra do Carmo, próximo à cidade de Palmas. O segundo quadro, capítulo contíguo nessa HQ seleta, mostra bandeirantes da época colonial desbravando um cenário que destaca elementos da fauna e da

flora locais acompanhados de indígenas dóceis e coadjuvantes em uma canoa ao fundo. **[Figura 2 e 3]** O terceiro quadro retrata a convivência pacífica entre os bandeirantes e os indígenas, no que parecer ser um casal com um filho, fruto da miscigenação entre os dois povos.



Figuras 2 e 3. Dinossauros, bandeirantes e união interracial.

217

Vários capítulos da história oficial da origem do Estado e da fundação da cidade, destacando os personagens centrais e as ações a eles atribuídas figuram distribuídas ao longo das frisas. O personagem Siqueira Campos, primeiro governador do Estado, é uma das figuras centrais da narrativa do momento de fundação dessa unidade federativa. Os detalhes de suas ações como uma greve de fome que teria sido feita para pressionar o governo federal para a causa da separação do norte goiano **[Figura 4]**, o momento em que foi escolhida a área onde Palmas seria construída **[Figura 5]**, a sinalização do início das obras com um trator¹ são alguns dos elementos representados nas frisas, cujo ponto culminante é a imagem da celebração da primeira missa de inauguração da capital **[Figura 6]**.

As frisas rodeiam todo o Palácio do Araguaia revelando capítulos da história que se deseja eternizados por meio das representações figurativas. Boa parte delas é de difícil visibilidade para o

¹ A fotografia do governador Siqueira Campos dirigindo um trator foi divulgada em muitos jornais e revistas da época, marcando o início das obras da cidade de Palmas. Ver edição 1097, pág. 114, da Revista Veja de 20 set. 1989. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>.

visitante a partir do momento em que, contrariando o projeto inicial, o Palácio foi cercado por grades que afastam o passante de sua fachada. A mitificação dos fundamentos do estado redonda ainda em dois grandes painéis cerâmicos expostos nas paredes no hall de entrada do palácio. Um é dedicado ao período colonial e mostra Teotônio Segurado como personagem principal. O outro, da história republicana, tem a figura de Siqueira Campos retratada 14 vezes (Reis, 2011: 144), incluindo a citada greve de fome [Figuras 7 e 8].

218



Figura 4. Greve de fome de Siqueira Campos.



Figura 5. Escolha do local de construção.



Figura 6. Missa de inauguração da cidade de Palmas.



Figura 7. Painel retrata lutas pela emancipação
Figura 8. Painel retrata período colonial.

219

3.2. A escultura “A súplica dos pioneiros”

Outra questão de representação e identidade gira em torno de outra obra de Maurício Bentes colocada na praça. Trata-se do monumento Súplica dos Pioneiros, um conjunto de esculturas em

cor dourada que mostra uma família de migrantes em gestos de comoção religiosa. Depoimentos colhidos por Valéria Silva (2008) com arquitetos e outros moradores de Palmas representam bem a opinião corrente de que, além da inadequação visual do conjunto, também ali há um subtexto político, a partir do momento em que as figuras significantes trazem compleição física semelhante a Siqueira Campos, ele próprio um cearense que foi para o Norte de Goiás na juventude para “vencer na vida”. O primogênito de Siqueira Campos, José Wilson Siqueira Campos Júnior, em 2006, fez uma denúncia contra seu pai ao Ministério Público Federal acusando-o de enriquecimento ilícito e na ocasião, em entrevista ao jornal *O Globo*, fez referência às esculturas: “Hoje ele é dono de metade do Estado. Se acendem a luz ou dão descarga ele ganha dinheiro. O hino do Tocantins tem o seu nome e eu e todos os filhos temos estátuas banhadas a pó de ouro italiano na praça de Palmas”. Indícios claros de que a obra foi inspirada na tentativa de uma auto-representação, reforço de identidade e legitimação do político Siqueira Campos.

220



Figura 9. Auto-representação no monumento “A súplica dos pioneiros”.

3.3. Memorial Coluna Prestes e Monumento Os 18 do Forte

As maiores contradições do catálogo de estética política da Praça dos Girassóis ficam reservadas para o Memorial Coluna Prestes e o monumento Os 18 do Forte. O Memorial é um projeto de

Oscar Niemeyer, originalmente planejado para o Rio de Janeiro e só depois redirecionado para Palmas (Reis, 2011: 132). Realizado em 2001, engloba auditório e salão de exposição sobre o Movimento Tenentista de 1930 e a vida de Luis Carlos Prestes.



Figura 10. Esculturas Os 18 do Forte. Ao fundo, Memorial Coluna Prestes.

Já o monumento Os 18 do Forte traz uma série de esculturas dos militares que participaram da revolta de 1922 em Copacabana. Em tamanho natural, as personagens representam de forma muito expressiva posições de batalha e carregam uma bandeira brasileira (único elemento colorido) destrozada. A concatenação de todos esses elementos em busca de entender qual a razão de eles habitarem a praça principal de Palmas é um desafio. Em primeiro lugar, embora os dados biográficos de Siqueira Campos incluam sua antiga colaboração e duradoura admiração por Prestes, definitivamente não foi o ideário comunista deste que guiou a atuação política daquele. Quando da emancipação do Tocantins, Siqueira era filiado ao PDS, partido derivado da Arena, agremiação que sustentou o regime militar a partir de 1965. Por muito tempo, foi membro do PFL e elegeu-se para o quarto mandato pelo PSDB, todos partidos distantes da extrema esquerda. Explicitamente, o lema do Tocantins emancipado (e slogan reeditado a partir de 2011) é uma síntese do pensamento liberal: “o Estado da livre iniciativa e da justiça soci-

al”. Portanto, a homenagem a Prestes, referência da esquerda brasileira, tem fundamento pouco plausível, mesmo diante da justificativa oficial de que o Norte de Goiás fez parte do trajeto da Coluna Prestes, marcha contra a República Velha comandada pelo militar na primeira metade do século XX.

Considerações finais

Há muitas singularidades no Tocantins, Estado mais novo da federação brasileira, e em Palmas, sua capital. Talvez a principal delas faça referência às narrativas históricas de sua origem e sua fundação, que revelam o paradoxo de trazer lado a lado o tempo do “novo”, o contemporâneo que se instaura em 1989 – com a aprovação da separação do norte do Estado de Goiás formando uma nova unidade federativa – e o tempo do “passado histórico” que enaltece as lutas políticas pela emancipação da região e os pioneiros que desbravaram o interior do país em busca de suas riquezas.

222

Uma cidade pode ser vivenciada de diversas formas, bem como seus símbolos e monumentos. Parece ser de senso comum que a história de uma cidade seja compartilhada por seus moradores e que tenha valores como tradição e cultura como vetores principais de legitimidade e reconhecimento. É possível que em algum momento o que hoje conhecemos como história tenha sido narrativa oral transmitida entre membros da mesma comunidade que se tornou perene, chegando até nossos dias.

No caso da cidade de Palmas, que completa 25 anos em 2014, todos os atores sociais que mobilizaram as ações estão atuantes na sociedade e as construções simbólicas criadas em torno da história oficial do Estado e da cidade estão em circulação, são palpáveis e visíveis em vários pontos da cidade.

A proposta deste artigo foi trazer luz a um dos aspectos deste cenário, colocando em evidência as representações imagéticas presentes na Praça dos Girassóis. O que fica latente na pesquisa é que em Palmas há um tempo ausente. O passado ligado ao norte goiano não foi eleito como memória e tradição. Em vez disso, escolheu-se remontar às origens históricas pouco precisas da região elegendo um passado de lutas para a separação como vetor de identidade. Ocorre que o Estado e a cidade nasceram a partir da separação,

sua história seria um porvir. Por que então celebrar a ruptura, romper os laços em vez de celebrar os novos laços que estavam sendo criados? Por que apagar a memória das sete etnias indígenas que vivem na região? Por que não mencionar os quilombolas? Já são vinte e cinco comunidades remanescentes de quilombos reconhecidas pela Fundação Palmares no Estado e não há nenhuma menção a elas na Praça dos Girassóis.

A história a ser reconfigurada como memória, a história a ser ensinada nas escolas, é uma narrativa selecionada, hierarquizada, imageticamente criada e reproduzida sem questionamentos. Uma história para ser obedecida. Talvez tenha sido esse o processo histórico de todas as regiões do país. A vantagem de Palmas é que os atores sociais convivem no mesmo espaço, os agentes da tradição que foram relegados ao esquecimento – como os povos indígenas, os quilombolas e as comunidades tradicionais da região – estão atuantes, embora não possuam força política para exigir seu lugar na história oficial. Há também a falta de uma lógica plausível para um monumento aos 18 do Forte, por exemplo, maior até do que o de Copacabana, local original dos conflitos. E a figura de Siqueira Campos (primeiro e atual governador do Estado) que se faz representar, mesmo estando em presença, confirmando a atuação de si mesmo. Se as ausências provocam desconforto, os elementos eleitos para compor a narrativa histórica oficial provocam, no mínimo, surpresa e incompreensão.

Sem dúvida, os monumentos da cidade, seus símbolos e signos de representação dizem respeito à construção da imagem que faz de um espaço se transfigurar em lugar. A Praça dos Girassóis é um lugar para onde convergem as duas principais avenidas da cidade e é a sede do poder público estadual. Centenas de moradores transitam diariamente pela praça a trabalho ou de passagem. Somente à noite, durante as caminhadas ou em eventos especiais como shows ou feiras, a praça é utilizada como espaço de convivência. No entanto, as esculturas, os monumentos, as estruturas simbólicas estão presentes e movimentando-se como personagens vivas, dividindo o mesmo cenário com os atores locais. Silenciosamente, significam e falam da cidade a quem estiver disposto a ouvi-las.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Luiz de. **Vozes da consolidação – a comunicação social no Tocantins**. Palmas: Ed. do autor, 2000.

_____. **Testemunho da História de Vila Boa (Goyaz) a Palmas (Tocantins)**. Palmas: Ed. do autor, 2002.

CASTELLO, Lineu. **A percepção de lugar: repensando o conceito de lugar em arquitetura – urbanismo**. Porto Alegre: PROPAR-UFRGS, 2007.

CATALÀ, Josep M. **A forma do real: introdução aos estudos visuais**. São Paulo: Summus, 2011.

FERRARA, Lucrecia D'Aléssio. **Leitura sem palavras**. São Paulo: Ática, 2001.

224 HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.

MORAES, Lúcia Maria. **A segregação planejada: Goiânia, Brasília e Palmas**. Goiânia: Ed. Da UCG, 2006.

NASCIMENTO, Júnio Batista do. **Palmas: sua história, trajetória e conquistas**. Palmas: Top Mídia, 2009.

PALACIN, Luís, MORAES, Maria Augusta Sant'anna. **História de Goiás (1722-1972)**. Goiânia: Ed. Da UCG, 1989.

PARENTE, Temis Gomes. **Fundamentos Históricos do Estado do Tocantins Colonial**. Goiânia: Ed. da UFG, 2007.

REIS, Patrícia Orfila Barros dos. **Modernidades tardias no cerrado: discursos e práticas na história de Palmas-TO (1990, 2010)**. 2011. 227f. Tese (Doutorado em História) – Instituto de Filosofia e Ciên-

UMA PRAÇA E SEUS GIRASSÓIS

cias Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2011.

REVISTA VEJA. Nasce um estado. Edição 1097. 20 de setembro de 1989. págs. 114, 115 e 116. Disponível em: < <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx> > Acesso em 01 set 2013.



GRAFITECIDADE E VISÃO TRAVELAR

José Geraldo de Oliveira

1. Introdução

Pierre Francastel (1967) diz que é muito difícil julgar as coisas próximas, ou tentar responder à pergunta: vivemos na sociedade da palavra ou da imagem? Josep Català (2013) adequando a expressão de Umberto Eco, “apocalípticos e integrados”, diz que os primeiros afirmam que a entrada na “era da imagem” pode ser a bancarrota intelectual e até mesmo mental. Esse pensamento revela a ideia da imagem irracional ou “louca da casa”. Para os “integrados”, grupo em que ele se situa, a imagem é uma forma de transporte de cultura e abre a possibilidade de pensar com as imagens. É o que Deleuze “proteoriza” na forma de “conceitualização visual” ao falar das imagens em movimento, “imagem tempo” e, remetendo a Henri Bergson, na busca de criar conceitos por meio das imagens, o que também ocorre aos cineastas e os “filmes ensaios”.

Català continua afirmando que uma peculiaridade da contemporaneidade é o fato de existir uma série de tecnologias que estão levando à imagem, decantada na imaginação; portanto de alguma maneira a atividade de nossa mente articula essas novas tecnologias de forma imaginativa.

Até o século XVIII, falar em imagem era equivalente a falar de arte, mas já a partir de meados do século seguinte e inícios do XX surgiu uma intensa produção artística rompendo com as ideias anteriores: o realismo se dissolveu quando a imagem foi descon-

227

truída, revelando as alterações que ocorriam na sociedade, juntamente com o aparecimento das imagens técnicas: a fotografia e o cinema. A primeira, para “substituir a memória (a arte da memória), melhorando a arte de representação da realidade”; com a segunda, o cinema, a imagem adquiriu a possibilidade de reproduzir fielmente o movimento, incorporando-o em sua estrutura” (Català, 1993: 50).

O termo grafitecidade, aqui, é um espaço de ação, coletiva ou não, que se apropria esteticamente da cidade e a transforma em uma plataforma produtora de imagens. A imagem se torna o cerne da metrópole e retrato de suas múltiplas identidades. Um território de metáforas que, em sua mobilidade e efemeridade, reúne pontos de tensões dialéticas. Uma paisagem com ritmo, enunciações surgidas na interação do observador em movimento, produzindo uma conjugação de olhares nos “interstícios urbanos”, visto que o corpo do observador também está ali e pode querer interagir e se comunicar. Ou seja, uma operação extremamente complexa, já que o observador não é um mero receptor passivo, ele interage, codifica e decodifica e devolve a essa cacofonia de elementos sua (re)significação.

228

As representações visuais nessa plataforma devem ser tratadas sob o critério da complexidade, onde o discurso visual é expansivo, pois não está focado em apenas uma forma ou uma temática e sim numa “constelação” de significados em que as gramáticas visuais, fabricadas coletivamente, estão inseridas.

Nesse contexto a grafitecidade passa a ser apreendida como uma montagem cinematográfica, compreendida a partir da junção de vários signos e símbolos que remetem à percepção de uma análise também fragmentada, ou seja, montagem como fragmentação e reunião de blocos de um material visual que modifica sua estrutura e configura a percepção do caminhante (Bolle: 1994). Assim, os elementos comunicacionais se confundem em meio à multidão, tornando a grafitecidade um conjunto estético-sensorial que emerge da transitoriedade e do efêmero.

Esse fenômeno nas metrópoles são impostos por meio de inscrições urbanas e passam a constituir um sistema de comunicação, que cria um novo tipo de espaço: o “espaço hipnótico” (Català, 1993) em que as mensagens transmitidas são percebidas de forma

acelerada. A plataforma expande e se torna irreal por causa do deslocamento e do deslocamento acelerado, pois o espaço urbano mistura os ritmos, a instabilidade, a movimentação e a duração. Da mesma maneira ela tem uma funcionalidade própria: a natureza informacional em que a comunicação ganha contornos próprios, já que a explosão de signos esgotam e levam à destruição de sentidos. “O visual não é apenas a imagem e sim um fenômeno complexo que circula em diferentes plataformas e níveis de significado, todos inscritos na visualidade” (Català, 2011: 19).

2. O que é uma cidade?

A cidade é tema constante na obra do pensador Walter Benjamin: já em 1923 ele traduz para o alemão os *Tableaux Parisiens*, de Baudelaire. Surgem na sequência *Rua de mão única*, *Diário de Moscou* e a série radiofônica sobre Berlim, *Crônica berlinense* e *Infância em Berlim por volta de 1900*, até se dedicar, entre os anos de 1927 a 1940, a seu projeto inacabado *Passagens* (Sales, 2010).

A metrópole benjaminiana é apresentada como algo novo, imagem mental e morada do coletivo: territórios múltiplos de conflito social e de transformação urbanística. Ela está situada numa época de grandes transformações: o período entre guerras e as reforma urbanística promovida em Paris pelo Barão Georges Eugène Haussmann. Paris torna-se uma cidade habitada por homens que se perdem em labirintos e espaços sensoriais – multidão de imagens, onde “ninguém é para o outro nem totalmente nítido, nem totalmente opaco” (Benjamin, 1989: 46).

Estar diante desse caleidoscópio impõe ao observador uma ação que movimenta novas “constelações” de formas, e a percepção implica em interpretar não apenas os signos explícitos, mas “ater-se aos dejetos, ao efêmero, ao desprezado” por meio da montagem. Prática apropriada por Benjamin dos surrealistas, em que “montagem” consistia em reunir imagens de maneira inaudita, com o intuito de “desconsertar o mundo exterior e desalojar as imagens do mundo exterior do lugar que elas tinham tomado o hábito de ocupar e “recolocar as imagens no pensamento”.

O *flâneur*, na literatura de Charles Baudelaire, está intimamente ligado à construção moderna. Uma entidade que caminha

pela urbe, elege um ponto de vista, a fim de apreendê-la. É tomado por ela, mas se mantém afastado ao sair. Uma posição de “viajante do imaginário” que se torna próximo e distante e por isso tem a capacidade de perceber sua fugacidade, o que Benjamin definiu como “dialética do flânerie”. Penetrar na multidão com o objetivo de estar no outro e perceber a realidade, abandonando a ideia do *pathos* da distância e do modelo perspectivo renascentista.

Charles Baudelaire descreve a metaforicamente metrópole como uma experiência embriagadora de tomar um “banho de multidão”, um observador com a paixão e a profissão de “desposar a multidão”, um caminhante do “grande deserto de homens”. Instaure-se, assim, o culto do frenesi urbano, da apologia à multidão e da “embriaguez religiosa das grandes cidades” (Benjamin, 2009: 335).

230

A mudança no modo de ver pode ter origem em dois momentos: a invenção da fotografia e as transformações da paisagem urbana que criam um novo ritmo nas cidades do século XIX, sendo o flâneur a imagem da resistência na nova espacialidade urbana, onde a formação de sucessivas cadeias de montagens de produção e de trabalho por turnos configura uma nova forma de ver. Baudelaire cria uma representação da vida tumultuada considerando dois conceitos vigorosos de sua época: centro e periferia. Algo que a grafitecidade dilui e as fronteiras se rompem na existência de vários centros, as distintas periferias que se renovam cotidianamente e modificam a forma de circulação.

Como pensar essa experiência de modernidade em um desenho comunicativo da grafitecidade? As novas formas comunicativas se reconfiguram no espaço da vivência do efêmero e do transitório, e estamos à beira de incorrer no erro de que “ver é comparado a compreender”, já que apenas por tê-la visto é para nós a “prova máxima de sua existência”, da mesma forma que “consideramos que basta tê-la visto para compreender o significado” (Català, 2011: 252).

Nesse “espaço hipnótico”, como identificar elementos comunicativos, pois tudo pode ser informação e nem tudo pode comunicar? Fontcuberta (2010) sinaliza que estamos vivendo num mundo de imagens e que não procuramos “a visão, mas o *déjà-vu*”. Da mesma forma Català (2011) afirma que o fragmento é uma característica da estética da modernidade dita fluida. Nesse âmbito, o

espectador que absorve uma informação fragmentada se abre para o pensamento de uma “arquitetura do imaginário” como portas ou janelas para uma visão calcada em hipertextos, uma instância importante dessa tendência à visualização da cultura contemporânea, pois a “ruptura do texto linear que comporta constitui uma maneira de transformá-lo em imagem”.

Embrenhando-se no universo da grafitecidade e se apropriando do “rizoma urbano”, o grafiteiro/pichador atua em um espaço/tempo, deslocando-se na tentativa de efetivar o pertencimento a uma qualidade nova: informação e comunicação. Visto que o lugar é sempre mutável e é ao mesmo tempo o mesmo lugar na memória, o mesmo de sempre e ao mesmo tempo outro.

3. Campo visual e grafitecidade

Na grafitecidade, além de espaço e tempo, é preciso considerar o ritmo, ou melhor, a velocidade da mirada. A percepção das imagens e das mensagens acontece através de montagens subjetivas no travelamento, isso é, no deslocamento do corpo do observador no espaço de um percurso urbano [*Imagem 1*].

O campo visual passa a ser organizado de maneira determinada e esse campo é convertido em uma superfície de inscrições e espaço de aglutinação de perspectivas e linguagens, tornando-se, portanto, uma nova visualidade, em que o nosso olhar se altera da situação de planar para a de deslocar-se lateralmente, multiplicando os pontos de vista.

Desaparece o movimento e os objetos se estruturam segundo a distância, não segundo a impressão que temos deles, surgindo a ideia de profundidade, que “transforma as avaliações sensitivas e emocionais em avaliação espaciais e geométricas” (Català, 2011: 121).

231

*A percepção das imagens
acontece por montagens
subjetivas
no travelamento, no
deslocamento do corpo do
observador no espaço
do percurso urbano*



Imagem 1: Avenida Francisco Matarazzo e Rua Pedro Machado, em São Paulo: a visão de um movimento viajar. A obtenção dessa imagem só é possível por meio de uma montagem fotográfica panorâmica.

Ao deslocar-se pela grafitecidade, e sob o efeito da visão viajar, nosso olhar se funde com ela e as imagens são rebaixadas ao nível da simplicidade. No “travelamento” a percepção em profundidade dessas imagens não se efetiva, já que o nosso olhar não tem tempo – ao perceber a totalidade (que elimina o detalhe) não consegue perceber os detalhes. A imagem, na totalidade ou no recorte, se torna simplista e destituída de informação.

232 A grafitecidade é um campo informacional visual por constituir um espaço de circulação de informações. E percepção é informação na mesma medida em que informação gera informação. A “percepção espacial” seria uma operação em que os usos e os hábitos são signos do lugar informado que só se revelam na medida em que são submetidos à operação que expõe a lógica da sua linguagem (Ferrara, 1999: 153).

4. Interfaces e Grafitecidade: a cidade como montagem cinematográfica

A interação na grafitecidade segue uma organização hierárquica que depende de interfaces com propriedades físicas específicas que atuam como um código. Este código transporta mensagens culturais em diversas mídias, determinando, em grande parte, como o “observador” as pensa e com elas se relaciona. Para Lev Manovich (2006), diferentemente das narrações literárias, no teatro e na pintura, em que bastam apenas as técnicas colocadas em cena, na escultura ou na arquitetura, o espectador tem de mover todo o seu corpo para experimentar a “estrutura espacial”.

A grafitecidade é um sistema visual fragmentado e dialético, e é possível pensá-la como uma “obra aberta”, e entender assim a sua complexidade. Ela parte do pressuposto de que a imagem, a

simultaneidade de acontecimentos, a preferência do espacial sobre o temporal é inerente: a imagem, incluindo a imagem em movimento, é capaz de apresentar várias camadas de acontecimentos muitas vezes sem realmente tê-las proposto (Català, 2005: 46).

A interface proposta por Josep Català não deve ser considerada apenas na combinação de um determinado dispositivo que relaciona o usuário com a máquina. Sua fenomenologia deve ter um enfoque mais amplo, pois nela confluem todas as tensões entre a técnica, o social e o individual. A interatividade na grafitecidade supõe processos de apropriação e de uso desse material. Nesse sentido, Manovich dialoga com Català, embora o primeiro use termos de raiz técnica. Para ele, a interação se torna categoria do “materialismo digital”, conceito que Manovich adaptou da tensão dialética existente na Rússia Soviética, de Dziga Vertov e da obra *O Homem da Câmara de Filmar* (1929)¹. Retomando a reflexão sobre a percepção da cidade como montagem cinematográfica, Vsevolod Pudovkin ressalta a importância da montagem no processo cinematográfico:

233

A montagem constrói cenas a partir dos pedaços separados [...]. A sequência desses pedaços não deve ser aleatória e sim correspondente à transferência natural do observador imaginário (que, no final, é representado pelo observador) (Pudovkin, 1983: 60).

De forma clássica, um filme é constituído de sequências, unidades menores dentro dele, marcadas por sua função dramática ou narrativa. As sequências, por sua vez, são constituídas de cenas, dotadas de unidades espaço-temporal. Na era informacional, com o surgimento da hipertextualidade, o leitor/espectador/usuário passa a ser co-autor da obra, como define Manovich (2005), pois ele reconstrói a mensagem no momento da leitura, na escolha de novos caminhos e na obtenção de uma nova experiência. Já o pensador catalão utiliza esse conceito pensando no códex, que marcou o nascimento do livro em seu formato moderno, pela sua capacidade de manuseabilidade.

¹ Vertov, criador do Cine Olho (*KinoGlas*), defendia a integração do homem com a máquina, a fim de criar uma espécie de sinfonia visual em que ele mostra um dia da metrópole.

A CIDADE E A IMAGEM

Na grafitecidade, o observador recolhe fragmentos visuais e tenta criar sequências lógicas, conferindo significado a uma narrativa subjetiva. Ele assume a câmera e o papel de montador, e realiza isso para narrar uma história ou rearranjar um roteiro visual, ou simplesmente organizando a informação que lhe é oferecida de forma fragmentada, dividida e interligada [*Imagem 2*].



Imagem 2: Avenida Francisco Matarazzo e Rua Pedro Machado, em São Paulo. O observador viajar se apropria de partes menores, com o intuito de compor um todo maior, uma operação potencializada pelo processo que leu Manovich chama de interface.

234

Esse novo modelo de ordenamento visual, diferentemente de uma montagem clássica, cria um novo paradigma do olhar e novos sistemas de representações. Manovich (2005:75) define a modularidade destes ambientes como uma “estrutura fractal dos novos meios”, ou seja, da mesma forma que uma estrutura fractal possui sempre uma mesma estrutura em diferentes escalas, os produtos dos novos meios apresentam sempre a mesma estrutura modular [*Imagem 3*].



Imagem 3. Modulariedade em um espaço de ocupação do grafite.

5. Fenomenologia da comunicação transgressora e rebelde

Da forma de representação imagética que é o grafite ao modo de representação imagético técnico que é o cinema, o que há em comum é a que a função da imagem consiste em representar algo. Seguindo as pistas fornecidas por Català (2011), as imagens podem ser muitas coisas ao mesmo tempo, e a possível fragmentação visual da paisagem imagética possibilita descobrir elementos antes escondidos ou perdidos. Nesse processo de compreensão e assimilação visual das imagens é importante pensar nas funções da imagem: informativa, comunicativa, reflexiva e emocional. Afinal, diz ele, uma “única imagem pode conter todas”.

Na função “informativa”, a imagem constata uma presença, reproduz algo de cuja existência alguém quer nos informar; na “comunicativa” se estabelece uma relação direta com o espectador ou usuário, pois significa algo mais que simplesmente reproduzir; na “reflexiva” há a proposta de um pensamento por meio de uma estrutura que deve ter como objetivo maior uma reflexão; e na “emocional” é onde se coloca o caráter emocional de toda a visualidade em primeiro plano, e é utilizada como motor para estimular determinados estados mentais e provocar, concretamente, uma ação, ou seja, criar uma emoção.

O grafiteiro/pichador usa o seu trabalho com o objetivo de conseguir um impacto visual e comunicacional, visto que a cidade é composta de representações da realidade visual e da experiência humana, ou seja, são imagens narrativas que têm como base um texto ou um produto visual. Chegar até um elemento específico da montagem subjetiva da grafitecidade [*Imagem 4*] requer um exercício crítico benjaminiano dos fragmentos apreendidos – e sua montagem revela um sentido altamente sofisticado, já que as imagens devem ser compreendidas apenas nos simples “contextos”, pois ficam condicionadas ao trajeto de nosso olhar.



Imagem 4. Elevado Costa e Silva, São Paulo. Sequência fotográfica e montagem cinematográfica.

A visão na grafitecidade assimila todas as tentativas de síntese do movimento da cultura cinematográfica. E o que foi suprimido no século XX, com as infindáveis discussões sobre montagem e realismo, está em processo de recuperação e releitura no século XXI. A montagem, no cinema, é uma conjunção de mundos que cria um sentido; já na grafitecidade, esse sentido é a “adição”, a soma que cria, em vez de continuidade, um paralelismo visual.

No movimento travejar, as imagens são autônomas, como em um *zapping*, e chegam a nós de forma descontextualizada. Não sabemos o contexto de onde surgem e as “interpretamos” como construções independentes. A reflexão e a (re)significação também não encontram espaço visual no âmbito contemporâneo fragmentado, acabando por criar mais uma camada de complexidade, adicionando mais uma camada multifacetada. Stan Brakhage (1983) reflete que “ver é fixar... contemplar” e que um olho reflete a “perda da inocência”, pois desde cedo aprende a “classificar percepções”.

236

A análise de imagens produzidas na grafitecidade só é possível através do “olhar atento” de Ferrara, ou na “mirada” de Català, em que as práticas culturais podem ser mais bem compreendidas como resposta às novas prioridades da sociedade contemporânea [Imagens 5 e 6]. Dar sentido à informação, trabalhar a partir dela e produzir conhecimento. Mesmo sabendo que uma “imagem não pode ser durável”, como apregoa Epstein (1983), já que cientificamente, “a imagem, envelhecendo, torna-se lugar comum” e desse lugar comum pode “renascer uma imagem, desde que ela seja esquecida”.



Imagens 5 e 6. A organização de fragmentos, “base de dados” para Manovich, é um processo criativo e complementar.

Se considerarmos que a visão ficou condicionada à visualidade cinematográfica, e que não existem “imagens puras”, conceitualmente pensamos que o observador, na montagem subjetiva, reorganiza temporal, espacial e mentalmente as imagens, transformando-as em reflexões visuais, já que elas estão abertas às sobreposições e às combinações arbitrárias que materializam a imagem numa nova “arquitetura do imaginário” [*Imagens 7 e 8*]. Há uma série de padrões preconcebidos que “delimitam, filtram e adjetivam o que vemos” e estruturam a maneira de “representar o que vemos” e que controli o nosso imaginário.

O imaginário pessoal é relativo à nossa cultura visual particular. São aquelas imagens que conhecemos e que nos afetam pessoalmente. [...] O imaginário social corresponde à visualidade relativa à sociedade em que estamos imersos. Existem em diferentes graus, que podem ir desde o entorno social imediato [...] a uma classe social. O imaginário cultural refere-se à visualidade cultural. [...] onde cada sociedade dita o que pode ver, mas também como se pode ver. O imaginário antropológico se relaciona com as estruturas mais profundas que dão lugar à formação de imagens (Català, 2011: 252-253).

237



Imagens 7 e 8. Registros das ocupações dos grafiteiros/pichadores em São Paulo, 2011.

A visão viajar e a montagem subjetiva se concretizam na grafitecidade na combinação de diferentes suportes de comunicação: texto, vídeo, fotografia e som, como um padrão comunicativo novo em que ocorre o processo de circulação de significados que transitam por todos eles, expondo em todos os momentos uma parte desse fluxo [Imagem 9].



Imagem 9. Muro da Estação do Metrô Barra Funda, em São Paulo, em 2011. Registros de ocupações dos grafiteiros, numa montagem com a construção de uma visão viajar.

238

Se quisermos entender essa percepção visual, não basta saber como sua estrutura é composta, “mas também saber que elementos e materiais que a compõem não estão diretamente ligados a seu mecanismo representativo, à sua funcionalidade – que mestiçagens e hibridações, desejos e pulsões ela manifesta ou desperta”. É ir além do superficial e rastrear os fios que ligam uma imagem com a outra. Essa é a trilha que o pesquisador catalão sinaliza para penetrar na percepção e fruição da imagem: “ir além da superfície e encontrar o substrato inconsciente que a desliga do contexto imediato a que parece pertencer”.

6. Reflexões finais

Quando Sergei Eisenstein desenvolveu novas formas de organizar a informação no espaço e tempo, seus espectadores também tiveram de desenvolver formas adequadas de navegar nessas novas estruturas de informação visual. Hoje cada ato de percepção visual pode ser entendido em termos de processamento de informação. A cultura visual impõe novos tipos hábitos de visão que envolvem a busca, a extração e o processamento de informação, releitura e (re)resignificação.

Fora da imagem, o espectador (ou ator, nos processos de interatividade contemporâneos) situa-se diante dela

de um modo que determina a percepção que dela tem, ao mesmo tempo em que a própria imagem, ou fenômeno visual, o coloca em uma posição social que articula sua identidade dentro desse marco. Perceber, ser receptor ou usuário de uma imagem, significa em primeiro lugar iniciar um jogo entre a identidade social e a identidade individual (Català, 2011: 19).

Os artistas da “arte bastarda da rua de má fama” desenvolveram novas técnicas de codificação da informação, enquanto os ouvintes, os leitores e os telespectadores desenvolveram suas próprias técnicas cognitivas de extrair essa informação e de dar a ela significados, já que são também parte da história das interfaces dessas novas informações desenvolvidas pelos primeiros, e seus comportamentos novas informações desenvolvidas pelos usuários e fruidores de suas obras.

Uma postura aberta a um novo olhar é parte essencial para a formação da identidade individual, composta de táticas adotadas por um indivíduo ou um grupo para sobreviver na sociedade da imagem.

239

REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Walter. **Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo**. Obras escolhidas III. São Paulo: Brasiliense, 1989.

_____. “Rua de mão única”. In: **Magia e técnica, arte e política**. Obras escolhidas II. São Paulo: Brasiliense, 1987.

_____. **O flâneur**. In: Obras escolhidas III. São Paulo: Brasiliense, 1989.

_____. **Passagens**. Belo Horizonte/São Paulo: Editora UFMG; Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2009.

BOLLE, Willi. **A fisiognomia da metrópole moderna**: representação da história em Walter Benjamin. São Paulo: Edusp, 2000.

CATALÀ, Josep M. **La violación de la mirada**. FUNDESCO, Madrid, 1993.

_____. **La imagen compleja:** la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona; Servei de Publicacions, 2005.

_____. **La imagen interfaz.** Representación audiovisual y conocimiento en la era de la complejidad. Bilbao: Universidad del País Vasco/Euskal Unibertsitatea, 2010.

_____. **A forma do real.** Introdução aos estudos visuais. São Paulo: Summus, 2011.

_____. Entrevista concedida ao autor deste trabalho em janeiro de 2013, em Bella Terra, Catalunha, Espanha.

FERRARA, Lucrécia. **O olhar periférico.** São Paulo: Edusp, 1999.

240 FRANCASTEL, Pierre. **A Imagem, A Visão e a Imaginação.** Lisboa: Edições 70, 1987.

_____. “O aparecimento de um novo espaço”. In **Sociologia da arte, III.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.

MANOVICH, Lev. **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación:** la imagen en la era digital. Buenos Aires: Paidós, 2005.

XAVIER, Ismail. **A experiência do cinema: antologia.** Rio de Janeiro: Graal, 1983.

_____. **O discurso cinematográfico.** São Paulo: Paz e Terra, 2005.

SÃO PAULO: LUZ SOBRE A NOVA LUZ

UM OLHAR BENJAMINIANO PARA AS IMAGENS DIALÉTICAS
NO PROCESSO DE IMPLEMENTAÇÃO DO PROJETO NOVA LUZ
NO CENTRO HISTÓRICO DE SÃO PAULO

Eric de Carvalho

Este artigo é uma daquelas ideias que surgem incompletas, iluminações que se materializam lentamente. Primeiro, o firmamento, onde o mote se estabelecerá; depois colunas, que sustentarão a hipótese, mais tarde as paredes, que reforçarão os argumentos. Construída à moda antiga, de forma quase artesanal, é uma obra em construção, ainda sem teto e janelas, o que a deixa exposta a chuvas e intempéries de críticas trovejantes, mas também sem porta, ausência que se traduz em um convite silencioso a adentrá-la. Senhoras e senhores, transeuntes e *flaneurs*, estão convidados a conhecer esse canteiro de obras.

241

O Projeto Nova Luz

Em 2005, o projeto Nova Luz foi criado pelo então prefeito Gilberto Kassab com a finalidade de reurbanizar uma região central da cidade de São Paulo considerada deteriorada. Propunha que alguns quarteirões do Bairro da Luz dessem lugar a um polo comercial e de serviços, aparelhado com espaços culturais que atendessem à população. Para isso, seria necessária a desapropriação das casas do bairro para a posterior demolição. Tão complexa quanto a desapropriação dos imóveis locais seria o processo de “higienização urbana”, que consistia na expulsão de usuários de drogas da região, também conhecida como Cracolândia. Em 2013, o prefeito Fernando Haddad cancelou o projeto.

Apesar disso, alguns resquícios de tal empreendimento ainda podem ser observados, especialmente os efeitos da expulsão dos usuários de crack das ruas do bairro sem uma política de assistência social, o que promoveu um êxodo dessas pessoas para bairros vizinhos à Luz. Assim, surgiram novos circuitos de tráfico e consumo de drogas na cidade. Essa reapropriação das ruas dos bairros do centro de São Paulo promoveu cenas de tensão social, envolvendo os usuários de droga que migraram para essa região e seus frequentadores habituais.

Esse artigo propõe iluminar essas tensões por meio da análise de imagens que registram os momentos de encontro entre diferentes grupos sociais, assim como mudanças arquitetônicas e demográficas decorrentes desse processo. Não se trata de uma análise sociológica ou política, mas de uma interpretação de cenas urbanas por meio de uma ótica influenciada na obra de Walter Benjamin.

242



Figura 1. Layout do Projeto Nova Luz.

Circuitos de consumo do crack

O tradicional Bairro da Luz, em São Paulo, integra a mancha chamada de Cracolândia, devido à notória concentração de usuários da droga conhecida como *crack*, cujo consumo provoca em seu usuário um estado de letargia. O ato do consumo pode ser traduzido na imagem de uma pessoa vagando a esmo de um lado para outro, enquanto dura o efeito da droga. Um passeio pela região da Luz permite a observação de vários grupos de pessoas balbuciantes e errantes pelas sujas ruas do bairro.

O projeto Nova Luz prometia uma reurbanização da região por meio da construção de boulevares e escritórios comerciais que incentivariam a sua ocupação e utilização por cidadãos que encontrariam um bairro próspero e agradável. O projeto apresentava uma missão que se pretendia socialmente inclusiva, mas que não atingiu sua proposta por desconsiderar os impactos socioculturais causados pela ineficiência de uma política social de acolhimento do morador de rua que circulava pela Cracolândia e que estava sendo banido do local do qual se apropriara.

Para atingir tal patamar, o primeiro passo do projeto se deu por meio de medidas saneadoras e higienizantes, com o objetivo de retirar os moribundos de circulação da área. Essas medidas deveriam ter sido orientadas por assistentes sociais, porém, sua execução passou pelo uso de ação policial coerciva que apenas deslocou os usuários de drogas dessa região para a ocupação de bairros vizinhos, expandindo o circuito de comercialização e consumo de crack. Para melhor ilustrar esses novos usos do espaço urbano, faz-se necessário explicar os conceitos de *pedaço*, *mancha* e *circuito*.

Segundo o antropólogo José Guilherme Magnani, professor do programa de pós-graduação da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, as categorias metodológicas de *pedaço* e *mancha* são relacionadas a um espaço físico delimitado. Enquanto a *mancha* é estável, visível na paisagem (devido aos equipamentos públicos que a compõem) e reconhecida por um número amplo de usuários, o pedaço é mais transitório, pois “pode mudar-se de um ponto para outro sem se dissolver, já que seu outro ponto constitutivo é o simbólico, que permite a criação de laços em razão do manejo de determinado código por parte dos integrantes” (Magnani, 1999: 68).

A partir destes conceitos, um exemplo de *mancha* é formado pela região da Galeria do Rock, no centro de São Paulo, e sua vizinhança, composta de galerias e lojas de CDs e discos voltados para esse gênero musical. É significada por esses equipamentos urbanos. O *pedaço*, por sua vez, pode ser itinerante, composto pelos atores sociais que significam uma região e seus equipamentos urbanos. Como exemplo, tivemos o pedaço da Rua Franz Schubert, no Itaim Bibi, que reunia, nos anos 90, danceterias que tornaram a

região uma referência para o lazer jovem em São Paulo. Posteriormente, este pedaço se mudou para a região da Rua Henrique Schaumann, em Pinheiros, e agora, para a região da Vila Olímpia, onde os jovens continuam a frequentar casas noturnas com o perfil semelhante ao das danceterias dos anos 90. É o pedaço de entretenimento, itinerante como seu público frequentador.

Aplicando essas categorias ao universo dos usuários de crack em São Paulo, seria possível imaginar uma mancha de consumidores da droga na região chamada de Cracolândia, por se tratar de uma área de conhecimento público, localizada no Centro Velho de São Paulo, entre a Avenida São João e a Estação da Luz. Ali se encontravam traficantes e usuários para a comercialização e compra da droga, e para seu consumo à luz do dia. A ação policial de expulsão dos usuários da região não ocasionou o surgimento de um novo *pedaço*, uma nova região de comercialização e consumo do crack, mas, sim, provocou a expansão do *circuito* de consumo da droga.

244

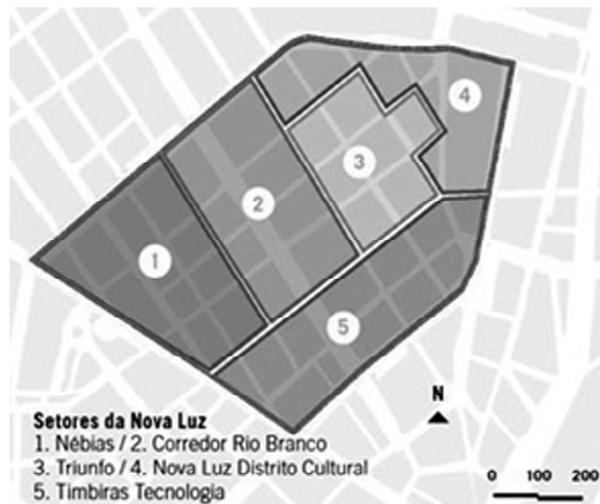


Figura 2. Mancha da Cracolândia, base do Projeto Nova Luz.

Diferentemente dos conceitos de *mancha* e *pedaço*, o *circuito* é uma categoria surgida a partir da observação de outras formas de uso do espaço urbano que permite identificar um conjunto de estabelecimentos caracterizados pelo exercício de determinada prática ou oferta

LUZ SOBRE A NOVA LUZ

de algum serviço, porém, não contíguos na paisagem urbana, sendo reconhecidos, contudo, em sua totalidade, pelos usuários habituais (Magnani, 1999: 67-68).

Assim, o circuito permite o exercício da sociabilidade pelos atores sociais que o significam, de uma forma pouco restrita em relação a uma localização geográfica. É um espaço passível de reconhecimento pelos *habitués*, por comporem uma paisagem cultural significada por um grupo, mediante os usos de equipamentos urbanos. Desta forma, a partir da ação policial na região da Nova Luz, os usuários de crack não migraram para uma nova mancha, mas expandiram seu circuito de comercialização e consumo da droga para regiões adjacentes ao Bairro da Luz, como a Barra Funda, o Bom Retiro, Santa Cecília e mesmo Higienópolis. Em comum, todas essas regiões são equipadas com condições favoráveis às práticas da comercialização e consumo da droga: ruas mal iluminadas, ermas e com pouco policiamento, que permitem ao traficante vender e ao usuário se drogar sem serem incomodados por ninguém.

245

Os fenômenos culturais decorrentes desse processo são passíveis de serem observados por um olhar atento: a parte inferior do Elevado Costa e Silva, conhecido como Minhocão, uma extensa via suspensa que cruza parte do centro da cidade, está superpovoada. Aos indigentes que lá habitavam se uniram consumidores de crack que circulavam pela Cracolândia. Estimulados a deixar a região, eles buscaram as imediações, encontrando condições ideais de consumo da droga, além de abrigo contra o frio e a chuva.

O encontro desses atores sociais pela ocupação e uso desses equipamentos acaba por gerar tensões que desencadeiam conflitos pela apropriação cultural do espaço urbano. Como exemplo, esse povoamento do espaço da Avenida São João, embaixo do Elevado Costa e Silva, envolve grupos de indigentes que habitavam a região, usuários de *crack* que buscam um local tranquilo para o uso da droga e moradores dos bairros vizinhos, como Barra Funda, Santa Cecília e Higienópolis, que temem por falta de segurança e pela desvalorização de seus imóveis.

Os conflitos causados pelo deslocamento desses grupos sociais e, conseqüentemente, pela reapropriação desses locais públicos como circuito de consumo de drogas podem ser observados a olho nu. Para aqueles que circulam ali apenas como “passagem”, é possível a análise dessas mudanças sociais por meio da análise de imagens dialéticas, conceito explorado por Walter Benjamin em sua obra.

Benjamin observou a imagem dialética na cidade moderna em construção, pois essa imagem revela as passagens, os choques culturais, os discursos que se embaterão a partir das mudanças sociais. Seu olhar registrou uma Paris tornada canteiro de obras, cujas brechas, entre seus tapumes, iluminavam o encontro do modo de vida rural com o cosmopolita, assim como a emergência da própria Modernidade.

Ao deslocar esse olhar para o momento da gestação da Nova Luz, podem ser observados os processos de desalojamento dos habitantes da região, de derrubada de moradias e a “higienização” que expulsa os usuários do *crack* da *mancha* da Cracolândia. A remoção desses atores sociais foi realizada sem a devida assistência social, promovendo a expansão do circuito de consumo da droga e de habitação de vias públicas por desabrigados moribundos. “Higienizados”, os usuários estão tomando as ruas de Higienópolis. O projeto de construção de uma Nova Luz está produzindo “novas Luz(es)” em vários bairros da cidade.

Portanto, um projeto que se propunha socialmente inclusivo, somando propostas de desenvolvimento urbano e social, gerou conflitos sociais que colocam em risco o próprio sentido de urbanização e o uso desses espaços pelo cidadão paulistano. A falta de atenção à alteridade e aos usos culturais desses espaços acabou por torná-los espaços de conflito, promovendo o surgimento de novas manchas de consumo de drogas e uma expansão do circuito de tráfico e consumo do crack em São Paulo. A seguir, esses fenômenos culturais serão analisados com a perspectiva da imagem dialética benjaminiana.

Imagens dialéticas

A inspiração é uma aura que envolve objetos e cenas quando neles percebemos algo além do que nos revelam nossos olhos. Emana de imagens permeadas de uma complexidade que o olhar cotidiano, viciado em processos rotineiros, não consegue captar.

Imagens dialéticas é o conceito benjaminiano para imagens compostas por paradoxos que iluminam tensões, registrando a passagem do tempo, o surgimento de tendências, discursos divergentes coexistentes em um *momentum*, passíveis de uma fruição reveladora quando registradas por uma análise distanciada.

A cidade tem como seu espectador privilegiado o *flâneur*, personagem arquetípico da Modernidade. Em seu vagar ocioso, ele exercita uma mirada contemplativa, mantendo o distanciamento exigido para a análise da imagem dialética. A cidade contemporânea não estimula essa observação lenta e distanciada. Seus fluxos são intensos. Pedestres e veículos correm em um constante estado de ansiedade que dificulta a distinção das imagens cotidianas das imagens dialéticas que se revelariam apenas ao observador atento. Ainda assim, a fotografia permite o registro dessas imagens que iluminam o encontro entre o ontem, o hoje e o amanhã, permitindo a análise distanciada da dialética em imagens, iluminando momentos de transição e tensão social na história das cidades.

Esse olhar pode ser aplicado ao projeto Nova Luz. Como dito anteriormente, o início de suas obras envolveu a desapropriação de casas e ruas da região para a demolição dos antigos imóveis e futura construção da arquitetura do projeto. As imagens registradas no momento posterior à demolição dos imóveis, e anterior à construção do projeto (que ainda não ocorreu) revelam uma cidade em estado de “canteiro de obras”, parafraseando Benjamin. Seus escombros e tapumes escondem restos de obras que abrigam usuários de crack no consumo da droga.

247



Figura 3. Rua da Cracolândia: um canteiro de obras.

Esse circuito de tráfico e consumo do crack é permeado por encontros entre atores sociais de interesses diversos e diferentes apropriações dos equipamentos do espaço urbano. Na Rua Aurora, usuários de crack e prostitutas disputam espaço na calçada com advogados e profissionais liberais, frequentadores *habitués* do tradicional Bar do Léo, tornando sua esquina um espaço de disputa entre atores sociais “promotores da ordem” e práticas ilegais de lazer.

No bairro de Santa Cecília, os consumidores de crack, “imigrantes” da Cracolândia, disputam espaço sob o Minhocão com os sem-teto durante a noite, mas durante o dia competem pelo uso das praças adjacentes como local de uso da droga com judeus, tradicionais moradores do bairro, que levam suas famílias à sinagoga da Rua das Palmeiras. Aos domingos, o Minhocão é fechado ao uso de automóveis e aberto ao público para entretenimento dos moradores da vizinhança. Pedestres, ciclistas, skatistas, crianças, usuários de droga, grupos de sem-teto e famílias judias se esbarram na apropriação cultural do espaço do elevado.

248

As imagens dialéticas ora citadas iluminam as tensões sociais de uma metrópole crescente e plural, habitada por diversos atores sociais, cidadãos ou marginalizados, que “se esbarram” pelos espaços públicos e buscam se apropriar de seus equipamentos. O papel do governo ao realizar um planejamento urbano é considerar os usos desses locais pela população de uma cidade, de forma a promover sua inclusão social pelo exercício da cidadania por meio da ressignificação do espaço público.

Algumas obras, porém, parecem planejadas para usufruto de apenas alguns setores da sociedade e se tornam pontos de conflito ao serem apropriadas por grupos sociais para os quais não foram planejados. Um exemplo emblemático dessa condição é o projeto do Complexo Cultural Luz, o retrato da imagem dialética que contrapõe miséria e modernidade.

Entreolhares para a Caixa de Pandora: olhares de dentro, olhares de fora

Projeto emblemático da Nova Luz, o Complexo Cultural Luz é o retrato da imagem dialética que contrapõe miséria e modernidade. Como dito, o projeto Nova Luz previa a construção de apa-

relhos culturais para usufruto da população. Dentre eles, está em processo de construção uma grande obra: o prédio do Complexo Cultural Luz, cujas paredes de vidro transparente permitirão ao transeunte observar o interior da mesma, ainda que sem adentrá-la, transmitindo a sensação de “democratização” da fruição de um equipamento cultural.

Segundo o Portal do Governo do Estado de São Paulo¹, o complexo seria “peça-chave da proposta de requalificação da região da Nova Luz, estimulando a ocupação residencial e de comércio”. Esse projeto, idealizado pelo escritório suíço Herzog & de Meuron, responsável por destacados projetos de empreendimentos culturais do mundo, como o Tate Modern (Londres) e os Museus de Arte Moderna de Miami (EUA), Guadalajara (México) e Kolkata (Índia), tem como proposta “misturar e combinar várias atividades” culturais. Projetado para ocupar o centro da Cracolândia, o complexo teria como missão promover a integração cultural entre os cidadãos promovendo a integração ambiental com o entorno do prédio.

249



Figura 4. Maquete digital do Complexo Cultural Luz.

O antropólogo Clifford Geertz propôs, em sua obra, um olhar crítico e analítico para a cultura, promovendo a ideia de uma antropologia interpretativa que analisasse a cultura como um texto. Se-

¹ Fonte: <http://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/lenoticia.php?id=218124> de 21/03/12 às 13h10.

gundo sua metodologia, a realização de uma leitura herme-nêutica, portanto, interpretativa, de um texto cultural permitiria a interpretação de elementos balizadores de uma sociedade. Utilizando desse olhar para a interpretação das imagens dialéticas já citadas, é possível iluminar trechos desse texto cultural que revelam camadas dos elementos que compõem a cultura da cidade de São Paulo.

O Complexo Cultural Luz era considerado uma peça-chave na revitalização da região da Luz, que abriga a Cracolândia. Seus espaços projetados para abrigar diversas formas de arte se pretendia socialmente inclusivo, trazendo em suas paredes de vidro a promessa de inclusão social e cultural do transeunte que assiste à produção cultural *in loco*. Trata-se de um projeto concebido sobre os valores da transparência para a inclusão e de espaços abertos para permitir o trânsito e fruição por parte do cidadão que terá acesso a produções artísticas de qualidade. Este era o discurso oficial do governo que idealizou o projeto.

250

Buscando o distanciamento de um julgamento ético, um olhar estético para a cena contempla a imagem dialética de uma obra bilionária se erigindo na região miserável da Cracolândia. Um espaço idealizado para a inclusão cultural e promoção da cidadania é construído em uma mancha de tráfico e consumo de crack, povoada (ou apropriada) por pessoas socialmente marginalizadas que, em vez de receberem atenção de políticas de serviço social, são contempladas com políticas de segurança pública que os afasta provisoriamente de sua mancha de apropriação cultural por ação policial coerciva, se afastando das obras de grandes projetos arquitetônicos socialmente excludentes e aumentando seu circuito de consumo de droga e exclusão social. O governo discursava pela inclusão social, mas sua principal política foi a da higienização social, afastando os viciados da região das obras ditas inclusivas.

Uma vez que a Cracolândia ainda integra o circuito de consumo do crack, se caracterizando, ainda, como a principal mancha desse circuito, seus atores sociais voltam a ocupá-la, se encontrando com a obra em construção. Esses encontros se traduzem em imagens dialéticas de casas velhas e ruas apertadas tomadas por pessoas errantes balbuciantes no local que sediará um templo à arte contemporânea com artistas de todo o mundo que serão ob-

servados através de suas paredes de vidro pelos estressados transeuntes da cidade que não para.

Errantes balbuciantes, mortos-vivos contemporâneos, olhando para dentro da Caixa de Pandora, a “fruir” de uma arte erudita e global, iluminando uma situação de exclusão social, pois a fruição cultural não é possível entre atores sociais desprovidos de atenção por parte de uma política de saúde pública e assistência social.

E os artistas do complexo? Como fruiriam da visão de seus anfitriões e seus olhares famintos e fugidios, ora se tocando, sempre se evitando, entreolhares?

Iluminações: uma luz sobre a Nova Luz

Esses encontros entre atores sociais e as consequentes disputas pela apropriação cultural desses equipamentos urbanos revelam o estranhamento entre esses atores e seus valores, acarretando no estímulo de uma tensão social que pode ser revelada por meio de imagens dialéticas, indiciais de uma transformação social em construção. Sob outra ótica, porém, essas tensões podem ser percebidas como oportunidades para a prática da alteridade, do reconhecimento “de” e “no” Outro, iluminando as diferenças entre esses

atores e seus valores culturais, possibilitando uma apropriação múltipla do espaço urbano para exercício da cidadania e de uma inserção social pelo uso do espaço público. As imagens que revelam essas tensões podem servir de termômetro para a análise do momento social vindouro, promovendo a iluminação de instantes potenciais que podem tender para o conflito cultural ou para a inserção social desses novos atores urbanos.

A imagem dialética do Complexo Cultural Luz rodeado por usuários de crack permitiria uma descrição densa, da região da

*A fruição cultural
não é possível entre
atores sociais desprovidos
de atenção por parte
de uma política
de saúde pública e
assistência social*

A CIDADE E A IMAGEM

Cracolândia, no conceito criado por Clifford Geertz para a análise hermenêutica de práticas sociais (Geertz, 2011). Os atores sociais, governo, artistas, empresários, empreiteiros, moradores, traficantes e usuários possuem interesses diferentes de apropriação cultural de um espaço público. Sua convivência, conflituosa ou negociada, depende de um olhar para a alteridade e reconhecimento no Outro, um olhar sensível e distanciado, capaz de identificar essas imagens dialéticas que iluminam as tensões sociais, mesmo sem um aparato técnico (como a fotografia), mas provido de uma sensibilidade etnográfica aos valores do Outro. O que permite a leitura hermenêutica de um texto cultural complexo, por ser uma obra aberta, escrita e reescrita por diversos atores sociais na construção da cidadania.

O Projeto Nova Luz foi interrompido, mas a mancha do consumo de crack segue, agora ampliada em um circuito maior. Seguem também as obras que podem nos servir, inacabadas, como a imagem dialética que traduz o embate entre a cidadania e a exclusão social.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

_____. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BENJAMIN, Walter. **Obras Escolhidas, V. I, Magia e técnica, arte e política**, São Paulo: Brasiliense, 1985.

_____. **Obras Escolhidas, V. II, Rua de mão única**, São Paulo: Brasiliense, 1987.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

_____. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 2000.

253

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

MAGNANI, José Guilherme C. **Mystica Urbe - um estudo antropológico sobre o circuito neo-esotérico na metrópole**. São Paulo: Nobel, 1999.

MAGNANI, José Guilherme C. & TORRES, Lilian de Lucca (Orgs.) **Na Metrópole - Textos de Antropologia Urbana**. São Paulo: Edusp, 1996.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

REFERÊNCIAS DAS IMAGENS

Figura 1: <http://i27.photobucket.com/albums/c160/DANIEL PEREIRADEJESUS/i238098.jpg> 7 de agosto de 2013 às 9h.

Figura 2: <http://www.arcoweb.com.br/arquitetura/fotos/1061/nova-luz-setores.jpg> 17 de agosto de 2013 às 10h.

Figura 3: http://tetomodarock.files.wordpress.com/2011/08/19-05-2011_visita-cracolandia-029ok.jpg 5 de agosto de 2013 às 8h.

Figura 4: <http://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/lenoticia.php?id=218129> em 5 de agosto de 2013 às 8h.

IMAGENS EM REVISTA NO TEMPO: RIO DE JANEIRO E SÃO PAULO

Dulcilia Schroeder Buitoni

Imprensa e cidades catalisadoras de imaginários sempre caminharam juntas. As grandes cidades ocidentais conjugaram formas de viver e figurações espaciais que se constituem em traços de identidade. Urbanismo, vida moderna, espaços interagentes.

255

Jornais e revistas apresentam visualizações de cidades, ambientes, edifícios, ruas e praças, pessoas. As imagens ilustram, informam, conformam. As imagens estampadas em publicações jornalísticas reforçam figurações do imaginário sedimentado culturalmente ao longo de séculos. O objetivo deste trabalho é examinar representações visuais – principalmente as fotográficas – de duas cidades brasileiras emblemáticas: São Paulo e Rio de Janeiro, em duas grandes revistas semanais, *O Cruzeiro* (década de 1950) e *Veja* (na primeira década de 2000). Também se quer discutir e experimentar conceitos que possam ser operacionais na análise de imagens jornalísticas.

Quais as representações preferenciais nessas duas décadas? Que olhares, que imagens foram valorizadas pelas duas revistas em diferentes momentos? A urbanização crescente no mundo inteiro foi acompanhada pela valorização da imagem: as revistas ilustradas expandiram-se e mais tarde a televisão continuou a difundir visualidades. Revistas, televisão e cidades configuram-se mutuamente. A indústria cinematográfica, principalmente a norte-americana, contribuiu para o reforço de cidades míticas, como Nova

York e Paris. O cinema brasileiro também reforçou imagens de São Paulo e Rio de Janeiro.

Diários e revistas ajudaram a construir imagens das cidades, principalmente das metrópoles. Há metrópoles que foram altamente simbolizadas em processos que vêm desde a Idade Média: talvez Paris seja o principal exemplo de construção, inclusive por meio da literatura. A reforma urbana da cidade do Rio de Janeiro no início do século XX se inspirou em Paris, ícone da modernidade naqueles tempos. No entanto, os processos mais intensos de simbolização urbana já estavam ocorrendo a partir do século XIX, conforme apontado em estudos de autores como Walter Benjamin.

256

As publicações jornalísticas que surgiram ao longo do século XIX na Europa estavam intimamente ligadas ao processo de urbanização. Os jornais colocavam as pessoas em contato com o espaço público que se construía no cotidiano da vida das cidades. Diários ou semanais, eles traziam a política para os habitantes dos núcleos que iam crescendo com a Revolução Industrial e o incremento do capitalismo. No entanto, talvez as revistas nascentes traduzissem ainda com mais força o ambiente citadino. Afinal, muitas revistas apresentavam universos de cultura, bem como imagens das cidades, principalmente das metrópoles. Inicialmente, apareceram gravuras que estampavam lugares significativos como sedes de governo, monumentos, praças importantes etc. Depois, começaram a ser publicadas fotografias. Já havia uma relação estreita entre cidade e revista, relação que foi acentuada no século XX.

De um modo geral, as revistas ilustradas caracterizavam-se por uma tendência de valorizar a vida urbana como um signo de modernidade e civilização. Para representar visualmente as feições de uma cidade, são usados pontos de referência – quase sempre espaciais – facilitadores da identificação. A pesquisadora Sandra J. Pesavento, que trabalhou com o imaginário literário de Paris, Rio de Janeiro e Porto Alegre, aponta elementos que ajudam a configurar identidades urbanas:

Ora, a identidade de uma urbe tende a apoiar-se em marcos de referência precisos, visuais e sensíveis que, se por um lado compõem a unicidade do padrão identitário,

IMAGENS EM REVISTA NO TEMPO

permitindo reconhecimento da cidade, por outro, estabelecem a diferença em face de outros centros urbanos. Via de regra, estes elementos individualizantes – monumentos, traçado urbano, tipo de construção arquitetônica, paisagem, costumes e procederes – são observáveis no centro da cidade, *locus* da origem da urbe e, quase sempre, núcleo histórico, religioso e político (Pesavento, 1999: 163).

Neste texto, buscamos imagens de duas cidades que costumam ser identificadas como representativas do Brasil: Rio de Janeiro e São Paulo. As duas metrópoles têm importância como ícones urbanos, tanto para o público nacional como para os públicos internacionais. Escolhemos duas revistas semanais, *O Cruzeiro* (1950-1959) e *Veja* (no período 2000-2009), cada uma em um distinto momento. A década de 1950 foi um período de modernização e industrialização, de retomada da democracia e de movimento migratório do campo para a cidade e das regiões mais pobres do norte e nordeste para o sudeste. Nos anos 1950, também se processou uma modernização da arquitetura. O século XXI, pós-revolução informática, com o crescimento das duas metrópoles, com os problemas de transporte, educação, moradia, violência, produziu outras imagens urbanas.

Ao relacionarmos uma década da metade do século XX com a primeira década de século XXI, podemos acompanhar as representações mais frequentes dessa interação entre modernidade e cidade:

A cultura da modernidade é eminentemente urbana e comporta a conjugação de duas dimensões indissociáveis: por um lado, a cidade é o lugar da ação social renovadora, da transformação capitalista do mundo e da consolidação de uma nova ordem e, por outro, a cidade se torna, ela mesma, o tema e o sujeito de manifestações culturais e artísticas (Pesavento, 1999: 158).

Todas as cidades têm seus lugares emblemáticos, mas as metrópoles emblemáticas, além de ter lugares emblemáticos, são elas mesmas lugares emblemáticos. Utilizaremos a noção de representação para refletir sobre as imagens de Rio de Janeiro e São Paulo. Trabalhar com o imaginário pressupõe ter a consciência de que estamos olhando desde o momento presente, com olhos que também foram se construindo ao longo do tempo:

Cada imagem que tem a capacidade de se inscrever no imaginário e, portanto, de passar à história como elemento característico de determinada configuração social, é um conglomerado que aglutina constituintes fundamentais da psique desta sociedade. Uma imagem não é, portanto, um elemento histórico só porque pertence a determinado período e está ancorada nele por sua feitura e pela própria biografia de seu(s) autor(es). É, ou pode ser, dependendo de sua intensidade, porque supõe a visualização do imaginário naquele momento (Català, 2011: 255).

258

A revista *O Cruzeiro* era a principal construtora do imaginário visual brasileiro desde a década de 1930. Do mesmo modo, mas em concorrência com os meios audiovisuais, a revista *Veja* vem construindo imaginários dessas e de outras cidades. *O Cruzeiro* começou a circular em dezembro de 1928, já se posicionando como uma publicação “moderna”. Logo foi comprada por Assis Chateaubriand, proprietário dos “Diários Associados”, grande cadeia de jornais em distintas cidades brasileiras. Publicava noticiário internacional e nacional com muitas fotografias, reportagens sobre lugares distantes, com fotos de indígenas, da flora e da fauna do Brasil, artigos e colunas de escritores conhecidos. Também foi uma eficiente divulgadora do movimento do campo em direção às cidades: a cidade tinha uma aura de progresso e civilização.

Já em seu primeiro número, *Cruzeiro* trazia matérias em que projetava a grandeza imaginária do Rio de Janeiro e de São Paulo. A matéria “O Rio de Janeiro de 1950” mostrava previsões de como seria a capital do Brasil 22 anos depois. Progresso, desenvolvimen-

to, consciência social do povo, alma brasileira, mais populosa nação latina, ruas, avenidas, túneis, praças e edifícios monumentais, eram palavras que se dirigiam ao objetivo de ser “a mais linda metrópole do mundo”. São Paulo também era glorificada em seu potencial construtivo. Em texto/crônica “A côr de São Paulo”, Guilherme de Almeida critica os que chamam a cidade de cinzenta:

Poetas estrábicos – um olho em Londres, outro em São Paulo – têm cantado esta cidade em toda a gamma do cinzento. Vêem cinza neste céu de redoma que guarda a fuligem dos bairros trabalhadores, cinza nesta garôa bohemia, cinza nestes asfaltos e nestas pedras, cinza nestes telhados de ardosa, cinza nestes cerebros tristes (*O Cruzeiro*, 10 de novembro de 1928).

Guilherme de Almeida convida a ver São Paulo de avião “de uma altura sufficientemente moderna”: então, a cidade é vermelha. E já ressalta as qualidades: “a cidade que constrói uma casa de duas em duas horas, a cidade que se estende e se avoluma e sóbe, num record assombroso”. São Paulo é vermelha, da cor do tijolo:

‘Brique’ – côr de construção. Côr dos cubos de terra cosida que se apinham, das telhas acolhedoras que se imbricam, dos vergões que o progresso abre nas glébas uteis, da poeira que erguem na estrada as modernas bandeiras de tractores e caminhões... Côr activa do trabalho, côr alegre de construção. Côr com que o sol edifica o dia e fabrica a noite. Tijolo – côr de São Paulo... (*O Cruzeiro*, 10 de novembro de 1928).

Desde a segunda metade dos anos 1940, *O Cruzeiro* introduziu novos formatos de reportagem, em que a fotografia ganhava cada vez mais espaço; o texto teve sua predominância reduzida. Grandes reportagens redefiniram o papel da fotografia nas revistas brasileiras. Nos anos 1950, vendia 500.000 exemplares num Brasil

de 50 milhões de habitantes (o número de suicídio do presidente Getúlio Vargas, em 1954, alcançou 720.000 exemplares). *O Cruzeiro* criou o sistema de duplas repórter/fotógrafo, inspirado na francesa *Paris-Match*, e essas duplas fizeram grandes reportagens.

O Cruzeiro elaborou representações para as mudanças políticas e sociais vividos pela sociedade brasileira a partir de 1945. Para a revista, o país estava se transformando em uma nação moderna e democrática. As imagens das duas cidades, São Paulo e Rio de Janeiro, eram apresentadas, em geral, como símbolos de modernidade e cultura. São Paulo era a cidade da indústria e do trabalho. Nas páginas da publicidade, aparecia a modernidade das maneiras de habitar: os eletrodomésticos, liquidificadores, televisões. As transmissões televisivas no Brasil começaram em 1950, mas o grande meio de massa era o rádio. Algumas narrativas da cidade se pareciam, em *O Cruzeiro*, com as novelas do rádio: crimes misteriosos eram contados durante diversas semanas. Rio de Janeiro compartilhava a função de capital da República com sua vocação turística, que a tornava um ícone e um símbolo para o público estrangeiro.

260

Mais contemporânea, a revista *Veja*, iniciada em 11 de setembro de 1968, já partiu de uma realidade em que as duas grandes capitais estavam consolidadas. A *Veja* da primeira década do século XXI é a mais importante revista semanal do Brasil e da América Latina, com tiragem média de mais de um milhão de exemplares. Nos seus primeiros tempos, dedicava mais espaço à fotografia. Nos últimos anos, a utilização é mais convencional; as reportagens fotográficas são mais raras. Revistas norte-americanas similares como *Time* e *Newsweek* costumam explorar mais o fotojornalismo, publicando ensaios, reportagens e fotos que ocupam a página inteira.

Montagem: justaposição, oposição

A observação, classificação e análise de imagens jornalísticas pedem a pesquisa de conceitos em diferentes campos de conhecimento. Autores clássicos podem nos fornecer elementos aplicáveis tanto aos anos 1950 quanto ao século XXI. Walter Benjamin e Willi Bolle, que estudou a sua obra, podem nos apontar caminhos de investigação.

Walter Benjamin retratou a modernidade de cidades como Paris, com uma escritura bastante própria de história cultural, re-

colhendo fragmentos da vida urbana. No volume *Rua de mão única*, foram reunidos textos sobre vivências de cidade: a infância em Berlim, passagens por Nápoles, Moscou, Weimar, Marseille, Ibiza, Paris. Textos curtos, quase crônicas, frases soltas com opiniões e aforismas (por exemplo: “O olhar é o fundo do copo do ser humano”, Benjamin, 1987: 49), parágrafos em ritmo de poema vão mostrando seu percurso por paisagens já icônicas naquela época e outras menos conhecidas. O pequeno ensaio “Paris, a cidade no espelho” é bastante representativo da abordagem de Benjamin:

De todas as cidades, não há nenhuma que se ligue mais intimamente ao livro que Paris. Se Giraudoux tem razão e se a maior sensação de liberdade humana é flunar ao longo do curso de um rio, então aqui a mais completa ociosidade, e portanto a mais prazerosa liberdade, ainda conduz livro e livro adentro (Benjamin, 1987: 195).

261

As relações apontadas por Benjamin ligam lugares e construções, pontos que se destacam na geografia parisiense. A visualidade aparece, soberana:

Nenhum monumento nesta cidade na qual uma obra prima não tenha se inspirado. Notre Dame – pensamos no romance de Vitor Hugo. Torre Eiffel – *Os Noivos da Torre Eiffel*, de Cocteau; com *Oração na Torre Eiffel*, de Giraudoux, já estamos nas vertiginosas alturas da nova literatura. A Ópera: com o famoso romance policial de Leroux, *O Fantasma da Ópera*, estamos nos subterrâneos dessa construção e da literatura ao mesmo tempo. (...) Esta cidade se inscreveu tão indelevelmente na literatura porque nela mesma atua um espírito aparentado aos livros (Benjamin, 1987: 195).

Willi Bolle, estudioso de Benjamin, apontou seus métodos de pesquisa. Sandra Pesavento (1999: 19) analisou relações entre lite-

ratura e cidades e nos disse que Willi Bolle caracterizou a técnica benjaminiana de montagem, emprestada das vanguardas artísticas, especialmente do cinema. Willi Bolle escreve que a montagem é um procedimento característico das vanguardas do início do século XX:

É sobretudo essa tradição que está presente na obra de Benjamin: os conceitos de montagem do Dadaísmo, do Surrealismo, do Teatro Épico e dos meios de comunicação de massa jornal e cinema. Há também influências do Barroco (a alegoria como precursora do princípio de montagem), do Romantismo (a estética do fragmento) e da Revolução Industrial (construções-montagem como a Torre Eiffel) (Bolle, 1994: 89).

262

Benjamin considerava que a configuração dos jornais era mais importante que a literatura: a leitura espacial, não linear, a disposição multidimensional da escrita desafiavam a cultura tradicional do livro. Estas ideias podem ser aplicadas também ao periodismo na web. Willi Bolle escreveu uma leitura da grande metrópole contemporânea, pós-Revolução industrial, pinçando e articulando elementos das obras de Walter Benjamin, *A origem do drama barroco alemão* e *Paris, capital do século XIX*. Para Bolle, a montagem é um procedimento que caracteriza as vanguardas do início do século XX. Nessa linha, ele observa alguns princípios construtivos de Benjamin: o conceito dadaísta de montagem e fotomontagem, o conceito surrealista de montagem, o conceito de montagem do teatro épico de Brecht, o conceito jornalístico de montagem e o conceito cinematográfico de montagem. Ao tratar do *lay-out* do jornal, Benjamin destaca seu caráter espacial, não linear. Quanto ao cinema, impera a fragmentação: os elementos isolados não significam nada; a significação nasce de uma combinatória.

Algumas técnicas específicas foram elaboradas por Benjamin e apontadas por Bolle: colecionar materiais para fazer montagens, montagem como desmontagem, montagem como arte combinatória, montagem em forma de choque e montagem como

superposição. Walter Benjamin utiliza como construção de sua análise a técnica de destruição e desmontagem de imagens do passado, desejando uma nova construção. A montagem funciona por contraste, comparando ideias antitéticas. Uma cidade tem representações contraditórias de seu espaço e das relações sociais que aí se realizam (Bolle, 1994: 98).

Contemporaneamente, por causa das novas tecnologias midiáticas, autores como Priscila Arantes (2010) estão relacionando a cidade a uma estética do fluxo. Priscila também recorre a Benjamin e a Baudelaire para mostrar a trajetória de uma perspectiva racional e sistemática do espaço a um perambular pela cidade. Hoje o perambular acompanhado dos dispositivos móveis tornou-se uma condição que interfere na escrita da cidade. Segundo Priscila,

O conceito de fluxo como possibilidade para se pensar a estética contemporânea surge, portanto, como contraponto aos discursos estéticos da tradição, que pregam a forma fixa e perene: índices da beleza, da objetividade e do princípio de verossimilhança (Arantes, 2010: 76).

263

Não chegaremos a essa estética do fluxo, pois trabalhamos com imagens que, apesar de se transformarem, tendem a uma permanência. Esta pesquisa utilizou técnicas de busca segundo possibilidades de contraste e oposição; e de superposição e de justaposição de imagens publicadas nas revistas *O Cruzeiro* e *Veja*. Como elementos de contraste, buscamos oposições entre progresso e tradição, natureza e cultura, urbano e rural, centro e periferia, nacional e regional, real e ideal.

O Cruzeiro operou muitas vezes a oposição natureza x cultura. Rio e São Paulo, cidades grandes, faziam contraponto às cidades pequenas, às localidades do interior, às regiões do norte e nordeste. Natureza e cultura se opunham visualmente em mini-narrativas especialmente montadas, quando indígenas eram trazidos ao Rio de Janeiro e “apresentados” ao mar e a Copacabana. O romance da índia Diacuí com um tenente em missão de contato com tribos foi transformado pela revista em uma “novela” em capítulos, com

direito a casamento na Candelária. Infelizmente, não houve final feliz, pois a jovem morreu no parto da primeira filha. Os morros cariocas tinham um tom romântico e bucólico, apesar de uma ou outra reportagem apontar pobreza, falta de qualidade de vida. A violência ainda era mascarada como “malandragem carioca”. A faceta turística e glamourosa do Rio de Janeiro aparecia em quase todas as edições.

São Paulo sempre está relacionada a trabalho e pólo financeiro. O centro, com seus prédios, é a imagem mais recorrente na revista. Nos anos 1950, apareceram com destaque greves; em 1953, houve a Greve dos 300 mil. Indústrias, novas fábricas, arquitetura “moderna” caracterizavam a capital paulista.

264

Já a cidade do Rio de Janeiro na revista *Veja* é identificada quase sempre pela praia, pelo Corcovado – é o Rio do cartão postal. Encontramos algumas reportagens em que a oposição passado/presente é o princípio de organização visual. Assim, as imagens publicadas seguem uma organização norteada por opostos, principalmente em reportagens que remetem ao Rio de outros tempos. Esses opostos surgem de quando em quando justapostos na mesma página ou em páginas duplas. Há um uso até certo ponto convencional em que o Rio antigo aparece em preto e branco ou sépia e o Rio dos dias de hoje em fotos coloridas. Houve a introdução da violência, simbolizada por armas nas mãos da polícia ou de moradores das favelas. O contraste favela/paisagem privilegiada ou favela/moradias ricas aparece com frequência.

O Cruzeiro e a *Veja* utilizam fragmentações e montagens, embora ultimamente a revista *Veja* não pratique paginações elaboradas; suas montagens e fotomontagens ocorrem com predominância na capa. A revista *O Cruzeiro* trabalhava sequências em forma de fotorreportagem, bem como arriscava paginações inusitadas.

Tempos: futuro, presente, passado

São Paulo e Rio de Janeiro aparecem em *O Cruzeiro* e em *Veja* principalmente como cidades imaginárias. Cidades que encarnam um espírito de “personalidade” social e ajudam a compor uma concepção de nacionalidade e regionalidade; tendem a ser representa-

das pelas suas identificações mais correntes. O Rio era e é o Pão de Açúcar, São Paulo era o edifício Martinelli e hoje é o edifício Copan. São imagens que se repetem, o repertório não se modifica.

Kiku Adatto, pesquisadora americana, trabalha com a “confeção” icônica praticada na política, no cinema, na vida cotidiana, na televisão, na cultura popular e na mídia impressa. Ela formulou o conceito de “foto oportunista”, que engloba as imagens preparadas ou previamente provocadas; a possibilidade do documental sucumbe ao imaginário já configurado:

Assim, aqui temos um paradoxo próprio da fotografia desde o início. Apesar de sua promessa de encarnar o documento definitivo, de uma imagem mais realista do que aquela que a arte possa alcançar, a câmera também pode ser um instrumento de artifício e pose, inclusive de falsidade e mentira. A invenção que permitia que nós escrevêssemos com o sol apagaria a diferença entre aparência e realidade, entre imagem e feito (Adatto, 2010: 68 – tradução nossa).

265

As imagens de cidade não chegam a esse caráter de “foto oportunista” mas pertencem ao mesmo universo semântico:

Outro argumento a favor de chamar a atenção sobre as fotos oportunistas é que tanto as falhas como as bem sucedidas atuam como metáforas, símbolos, ou resumem argumentos para o debate público (Adatto, 2010: 35 – tradução nossa).

As referências são necessárias, mas a insistência em determinados ícones acaba provocando redundâncias que não acrescentam informações. Os mesmo signos persistem. A Cidade Maravilhosa vem desde a primeira metade do século XX, assim como a Cidade do Trabalho. O Rio turístico, das mulheres bonitas, destino de artistas internacionais. Porém, a violência se introduziu no cenário. São Paulo tem violência, mas talvez o problema mais aparente seja o trânsito. O que surge de novo? Pontes estaiadas?

Ao tratar da identidade latino-americana, Nestor Canclini aponta a necessidade de perseguir figuras identificatórias:

supõe-se que a identidade apresenta seu rosto na cultura visual. Uma profusa literatura tem perseguido a figura do latino-americano colecionando imagens. A força de interrogar de que maneiras nos representam artistas e artesãos, arquitetos e cineastas, chegaríamos a saber quem somos (Canclini, 1988: 49).

266

Acrescentaríamos: também perseguimos essas identidades na mídia impressa. As cidades e suas representações midiáticas sofrem, ao longo do tempo, migrações semânticas. Mas há também uma permanência. As fotografias, por seu “congelamento” do instante, tendem a uma fixidez figurativa. O jornalismo, preso à necessidade de identificação por parte do leitor, tende à repetição e ao reforço de certas imagens. Jornais e revistas estão em busca de uma identidade construída pela cultura visual. Note-se que não utilizamos o termo cultura da imagem por estar carregado de um tom crítico, de imagem como espetáculo. Não negamos a espetacularização, mas aqui se trata de buscar na memória de uma cultura visual.

Nos exemplos apontados, podemos perceber que há uma idealização semiótica de um espaço. A operação, principalmente em imagens emblemáticas – que tendem à abstração e não à narrativa –, é de idealização semiótica. Progresso, beleza natural, edifícios, violência: identificação, idealização?



Figura 1: *O Cruzeiro*, 10 de novembro de 1928.
Matéria “O Rio de Janeiro de 1950, através da concepção do Professor Agache”.

267



Figura. 2: *O Cruzeiro*, 10 de novembro de 1928
Texto “A Cor de São Paulo”, de Guilherme de Almeida.



Figura 3. *O Cruzeiro*, 17 de outubro de 1959.

Texto: "1 morto a cada 3 horas" Texto de Dino Américo Aguiar e Fotos de Carlos Ney e "Diário da Noite".

268



Com o auxílio material, vêm as palavras amigas e muito importantes na vida de uma anciã. E uma Luiza subiu o morro para levar uma mensagem de fé.

Figura 4. *O Cruzeiro*, julho de 1975.

Texto "Luizas pedem que todos se lembrem dos que envelhecem a sós".



Figura 5. *Veja*, 20 de abril de 2005, p. 8
Matéria especial: “A longa noite do Rio... e seu passado ensolarado”,
foto do sumário.

269



Figura 6. *Veja*, 20 de abril de 2005, p. 90-91
Matéria especial: “A longa noite do Rio... e seu passado ensolarado”.



Figura 7. *Veja*, 20 de abril de 2005, p. 98
Matéria: “O Rio tem solução”.

270



Figura 8. *Veja*, 20 de abril de 2005, p. 99
Matéria: “O Rio tem solução”.

REFERÊNCIAS

ADATTO, Kiku. **Imagen perfecta**: vivir en la era de la foto oportunista. España: Quálea Editorial, 2010.

ARANTES, Priscila. “Cartografias líquidas: a cidade como escrita ou a escrita da cidade”. In: BAMBOZZI, L., BASTOS, M. e MINELLI, R. (org) **Mediações, tecnologia e espaço público**: panorama crítico da arte em mídia móveis. São Paulo: Conrad Editora da Brasil, 2010.

BAMBOZZI, L., BASTOS, M. e MINELLI, R. (org) **Mediações, tecnologia e espaço público**: panorama crítico da arte em mídia móveis. São Paulo: Conrad Editora da Brasil, 2010.

BENJAMIN, Walter. **Rua de mão única**. Obras escolhidas. Volume 2. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BOLLE, Willi. **A fisionomia da metrópole moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

CANCLINI, Néstor G. “Narciso sin espejos: la cultura visual después de la muerte del arte culto y el popular”. In: QUIJANO, VEGA, CASULO et alí. **Imágenes desconocidas**: la modernidad en la encrucijada postmoderna. México: Clacso, 1988.

CATALÀ, Josep M. **A forma do real**: introdução aos estudos visuais. São Paulo: Summus, 2011.

CATALÀ, Josep M. **La imagen compleja**: la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona; Servei de Publicacions, 2005.

COSTA, Helouise. **Aprenda a ver as coisas**. Dissertação de mestrado - Escola de Comunicações e Artes - USP - São Paulo - 1992.

LEDO, Margarita. **Documentalismo fotográfico**. Madrid: Ediciones Cátedra, 1998.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **O imaginário da cidade**: visões literárias do urbano. Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1999.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

NUREMBERG, A CIDADE PALCO DO PODER NAZISTA

A SIMBOLOGIA NAZISTA NO CLÁSSICO “O TRIUNFO DA
VONTADE”, DE LENI RIEFENSTAH

Sílvio Henrique V. Barbosa

*“... meu filme é apenas um documento.
Mostrei aquilo que toda gente foi testemunha ou ouviu falar.
E todos ficaram impressionados.
Eu fui aquela que fixou essa impressão, quem a registrou em película.”*
(Leni Riefenstahl)¹

273

Introdução

Ao criar esse, que é apontado como o mais importante documentário audiovisual da história, a cineasta alemã Leni Riefenstahl (Helene Bertha Amalie Riefenstahl – 1902/2003), também imortalizou uma cidade, Nuremberg, pela primeira vez citada num documento no ano de 1050. A cidade enriqueceu ao longo da Idade Média e se tornou símbolo de um passado grandioso, um modelo pronto para Adolf Hitler e seu discurso de reconstrução de uma Alemanha derrotada e humilhada após a Primeira Guerra Mundial. Escolhida como sede dos congressos anuais do Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães, o Partido Nazista, Nuremberg tornou-se o grande palco para a exibição de toda a teatralidade dos megalomaniacos eventos nazistas. Em especial, o grande congresso de 1934, o maior de todos, preparado para mostrar aos alemães e ao mundo que Hitler era uma unanimidade, ido-

¹ Entrevista de Leni Riefenstahl, em 1965, aos *Cahiers du Cinema*.

latrado por todos à sua volta. O arquiteto Albert Speer cria as áreas de desfile, transformando Nuremberg no sambódromo da Alemanha, por onde gente fantasiada, como os camponeses que entregam a colheita a Hitler, e a profusão de estandartes celebram o único líder, o guia espiritual da nação, o Führer. O documentário, carregado de mitos pagãos e cristãos, torna a própria Nuremberg um mito do nazismo. Mito que será retrabalhado com a derrota e a consequente transformação da cidade em tribunal de crimes de guerra, de 1945 a 1949.

Uma proposta de minutagem de o Triunfo da Vontade

274

00:03:04 – Cenas de nuvens. Não vistas de baixo como estamos acostumados, mas ali ao nosso lado, como se estivéssemos flutuando com elas. Sim, estamos no céu, voando com a imaginação e pelas lentes de Leni Riefenstahl, cineasta preferida de Adolf Hitler, escolhida por ele para criar a narrativa audiovisual mais importante do nazismo, registrando o mais crucial congresso do Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães (Partido Nazista), de 4 a 10 de Setembro de 1934, na cidade de Nuremberg.²

Por um minuto e nove segundos, admiramos o céu e podemos definir entre as nuvens, bem ao nosso lado, um avião. Uma aeronave com as insígnias do poder. O avião do chanceler Adolf Hitler.

00:04:13 – Agora, nosso foco visual muda. Deixamos de olhar para o próprio céu e passamos a ver o que está no solo. Lá embaixo surge a velha cidade de Nuremberg, fundada como um castelo no Século 11. A cidade com quase mil anos tem forte simbologia para o próprio Partido Nazista, criado naquele mesmo estado, a Baviera. É ali que acontecem os congressos do Partido Nacional Socialista desde sua fase ainda embrionária, em 1927, repetindo-se em 1929 e, depois, já com Hitler no poder, anualmente de 1933 a 1939, quando tem início a Segunda Guerra Mundial. Nuremberg, a cidade quase milenar lembra aos alemães a promessa de Adolf Hitler, a

² Neste congresso, Adolf Hitler precisa provar aos alemães e ao mundo que é o líder incontestado do Partido Nazista apenas dois meses após o expurgo que levou ao assassinato de 85 pessoas, quase todos nazistas ligados às forças paramilitares as SA (*Sturmabteilung*), com três milhões de milicianos.

NUREMBERG, A CIDADE PALCO DO PODER NAZISTA

de construir um novo Reich, um império para durar mil anos sob a égide de uma doutrina racista.³

Durante um minuto e 16 segundos, vemos a cidade do alto e, em determinado momento, o avião lança sua sombra sobre os prédios históricos. A sombra do avião de Hitler sobre os antigos prédios, por curtos nove segundos, nos traz à lembrança importantes mitos.

O formato do avião lembra a sombra de um grande pássaro, remetendo os alemães à imagem da águia, o símbolo do Império Romano, animal que representa em diferentes culturas o Ser Divino porque pode voar junto ao sol, e que agora é adotado como símbolo, ao lado da cruz gamada, a suástica, do Nazismo.



A águia segura a suástica sobre o título do filme

³ “E em tudo isso, o objetivo único deve ser a conservação da saúde do povo, tanto do ponto de vista físico como do intelectual. A liberdade individual deve ceder o lugar à conservação da raça.” Adolf Hitler, In *Minha Luta*. São Paulo: Centauro, 2001 (pg. 167).

Como explica Rovai (2005:143) “A imagem da sombra do avião parece tornar um só o líder do Reich e o seu símbolo soberano, a águia.” É como se Hitler, metamorfoseado, não em barata, como pensou Franz Kafka, mas nesse belo símbolo ancestral do poder divino, estivesse de asas abertas voando sobre o mundo dos mortais.

Wilkinson e Philip (2009:03) complementam que o mito “é elemento essencial de todas as religiões. Surge na forma de histórias que abrangem crenças sobre a natureza humana, a do divino e a aliança entre as duas”.

Mas como essa águia, que aparecerá em muitos outros momentos do espetáculo-documentário, que é um símbolo de poder de povos tão distantes de nós no tempo, pode nos levar a associá-la com o Divino no mundo contemporâneo? Pode porque os mitos estão presentes e são captados por nosso inconsciente. Os símbolos provêm do que Carl Jung chamou de “*o inconsciente coletivo*”, ou seja, a parte da psique que retém e transmite a herança psicológica comum da humanidade.⁴

276

A águia, símbolo de força e beleza, que circula entre o céu, morada dos deuses, e a terra em que vivemos, em algum momento lá atrás, na pré-história, conquistou do homem primitivo a posição de porta-voz divino. E a manteve durante reinos e impérios, nas mais diversas culturas, das pradarias do Oeste americano, às estepes siberianas.⁵

A imagem da águia, a meu ver encontra-se na definição junguiana de símbolo natural, o qual podemos decifrar chegando às origens mais arcaicas, “isto é, ideias e imagens que vamos encontrar nos mais antigos registros e nas mais primitivas sociedades” (Jung, 2008:117).

Carl Jung distingue o símbolo natural do símbolo cultural, empregado para expressar “verdades eternas e que ainda são utilizados pelas religiões, tendo passado por inúmeras transformações e processo de elaboração mais ou menos conscientes, tornando-se assim imagens coletivas aceitas pelas sociedades civilizadas” (Jung, 2008:117).

⁴ Carl Jung, 2008.

⁵ *O Poder do Mito*, Joseph Campbell.

O retorno do Messias

“Eis que vem com as nuvens, e todo o olho o verá, até os mesmos que o traspassaram; e todas as tribos da terra se lamentarão sobre ele. Sim. Amém”. Apocalipse 1:7



277

Hitler saúda os seguidores em Nuremberg

Sobrepondo-se à imagem divina representada pelo formato da águia, que surge como um símbolo natural, ainda que tenha sido resgatado dos livros de história e trazido para estandartes e bandeiras nazistas, há a presença ainda mais clara do símbolo cultural, este ainda vivo na memória e nas tradições religiosas dos alemães. A sombra sobre os prédios históricos de Nuremberg lembra a mais importante referência da fé dominante da Alemanha. As asas abertas do avião de Hitler lançam sobre Nuremberg a sombra em formato de cruz, símbolo do sofrimento, do martírio, mas também da vitória da vida sobre a morte.

O Messias ressuscitado, diz o livro sagrado dos cristãos, retornará ao mundo dos homens para livrá-los das injustiças, do sofrimento, enfim, de todo o Mal.

Conforme Wilkinson e Philip (2005:3), os mitos “são ambíguos e sutis, contém vários significados. Não são fixos, mas flexíveis: adaptam-se a mudanças e a novos conhecimentos”.

Leni Riefenstahl soube trabalhar na narrativa audiovisual esses mitos, as duas simbologias, a pré-cristã, representada pela águia, e a cristã, pela cruz, dando movimento a elas na linguagem audiovisual. Como a águia dos pagãos, a cruz dos cristãos também fala forte ao povo alemão. E ambas indicam a mesma coisa: o ser divino, o enviado, o Messias, retorna do céu para acabar com o sofrimento do povo, com a vergonha da derrota na Primeira Guerra Mundial, com a divisão de partidos fracos e corruptos, com o risco de caos social, com a crise econômica e o desemprego, com o medo do avanço vermelho sobre a Alemanha. Adolf Hitler, que encarna esse Messias do povo alemão, merecia ser retratado assim aos olhos da diretora.

E por fim, mas não menos importante, a águia nunca é representada sozinha. O pássaro que voa até o sol, símbolo maior da divindade, segura a seus pés a suástica, a cruz gamada, representação ancestral do mito solar, da força divina que faz jorrar a vida sobre o universo.

278

São apenas nove segundos de sombra sobre a bela cidade e, então, perdemos de vista essa imagem divina – do Cristo ou da águia, dependendo de quem a lê – para vermos, do alto, a movimentação uniforme, perfeita, de homens marchando.

Mais alguns segundos, 33 para ser mais preciso, e trocamos o céu e o que vemos de lá, pelo solo.

00:05:29 - A câmera que filma do céu finalmente nos deixa e podemos ver o mundo agora com os olhos de quem têm os pés no chão. São cenas, no aeródromo, de pessoas claramente excitadas com a aproximação do avião do líder. Faces alegres e bonitas, rostos felizes, homens, mulheres e crianças, muitas crianças. Uma plateia seleta, escolhida a dedo como a claqué de um programa de auditório.

00:05:57 – O líder tão aguardado ainda não apareceu. Mas há uma profusão de braços erguidos na nova saudação que o país inteiro está adotando. Nova saudação? O braço erguido e o grito de “heil” nada tem de novo. A saudação vem na verdade de Roma. Os césares eram saudados assim pela população quando apareciam em público. O “*Ave Cesar*” tem uma conotação nitidamente religiosa. César é a representação viva dos deuses. Um Deus que deve ser adorado na forma humana. Portanto, o *ave* em latim, ganha a conotação de um salve com tom sagrado.

Da mesma forma em alemão, o *heil* tem um claro significado religioso; o *Ave Maria*, em alemão vira *Heil Maria*. Saúda-se, portanto, o novo Messias da mesma forma como os católicos oram em alemão para a mãe de Deus, ou como as demais denominações cristãs se referem aos atos divinos.

00:06:03 – Finalmente, a primeira apoteose do filme. Aquele que vem do céu, que atravessa as nuvens, aparece na porta do avião. Acena, sorri. O Messias, enfim, está entre seu povo. Ele segue, ovacionado, do aeródromo para o centro da cidade, numa longa carreato, em carro aberto, filmado por todos os ângulos possíveis: pela direita, pela esquerda, pela frente, por cima, e até mesmo por um cinegrafista invisível posicionado bem atrás do líder. Invisível porque disfarçado de oficial nazista, usando uniforme como todos os demais 44 cinegrafistas e assistentes, de uma equipe técnica com 170 pessoas, talvez a maior da história do cinema.⁶

00:08:02 – O sorridente líder, aclamado pela eufórica multidão que lota as ruas, é surpreendido por uma mulher e uma criança que, desrespeitando os cordões de segurança que impedem as pessoas de deixarem as calçadas, aparecem convenientemente à frente do cortejo. O carro de Hitler para e ele recebe da criança um buquê de flores.

Mãe e filha, profundamente agradecidas pelo gesto carinhoso do homem mais poderoso da Alemanha, sorriem e fazem a saudação nazista enquanto o carro parte mais uma vez. Com essa singela imagem, Leni Riefenstahl estabelece o padrão que pautará todos os marqueteiros políticos dos anos 30 do século passado para cá. Desde que ela imortalizou o gesto afetivo do pai do povo com seus filhos mais frágeis, as crianças, tornou-se regra associar a imagem carinhosa do candidato aos pequenos. É pensamento dominante que alguém que se preocupa com crianças, preocupa-se com o futuro e a continuidade de nosso nome, nossa família, nossa tribo, clã, estado, país, império, civilização, espécie... Enfim, esse homem só pode ser do Bem.

⁶ In *O triunfo da vontade: o cinema a serviço da ideologia*, Ana Elisabeth Rodrigues explica que “a equipe trabalhou durante uma semana, filmando mais de cinquenta horas de filme em diversos ângulos, muitos inovadores para a época(...) A ideia que guiou Riefenstahl foi de que o filme seria composto por imagens em movimento infindável.” In <http://www.oohodahistoria.org/n11/textos/elizabethfaro.pdf>

O carinho do governante por seu povo, como o do pai pelo filho, também é assim representado porque, afinal, Hitler não é casado e não tem filhos. Ele é aquele que se sacrifica por seu povo, numa vida austera, sem espaço para as distrações familiares. A única exceção aceita é a presença da companheira Eva Braun, com quem casará em maio de 1945, pouco antes de se matarem no bunker em Berlim. Ela é uma comerciária a quem é apresentado logo após o suicídio de sua sobrinha e então companheira ainda em 1932, dois anos antes, portanto dessa grande celebração. “Assim como o vegetarianismo e os hábitos de não fumar e não beber, a recusa em se casar projetava uma imagem de elevação acima do humano normal”, diz Richard Evans, professor de história da Universidade de Cambridge, em entrevista à revista *Galileu*.⁷

280

Uma tentativa, talvez, de alcançar a definição de Nietzsche do *Super-Homem*, o *Übermensch*, o Além-do-Homem, aquele que “é a autossupressão do homem, pois o superou e pode, assim, prescindir dele... Porque teria as mesmas características do Deus anterior, agora projetadas nele próprio, com outro homem, como um super-homem.”⁸

00:08:38 – O cortejo segue e o documentário ganha ares de um passeio turístico pelo centro medieval de Nuremberg. A câmera se detém nos palacetes, nas casas, nos monumentos que falam de um passado de glória, um passado idealizado ainda mais diante da grave crise econômica que o país enfrenta desde a derrota na I Guerra Mundial. São imagens que buscam neutralizar o gosto amargo deixado pelos recentes anos de hiperinflação.

E o desfile chega ao fim com a entrada de Hitler no hotel. Em meio a novas ovações, mais rostos alegres, olhares dedicados, o líder aparece na sacada da janela para saudar seu povo ainda uma vez antes do repouso.

00:11:15 – A noite cai sobre Nuremberg, mas o show precisa continuar. Formações nazistas, iluminadas por tochas desfilam ao som de fanfarras, numa serenata militar para toda a cidade. O fogo brilhando a noite, mais uma vez, remete à simbologia, dessa vez a

⁷ Revista *Galileu* Edição 193 - Agosto de 2007. <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Galileu/0,,EDG78263-7855-193-3,00-O+MAIOR+SEGREDO+DO+III+REICH.html>

⁸ Mauro Araujo Sousa, in *Alma em Nietzsche*. 2013:104.

germânica, também chamada de escandinava ou viking. O fogo com seu poder destruidor é também construtor da civilização. O fogo representa o poder dos deuses pagãos, como Odin e Thor. Para os gregos, Prometeu o roubou dos deuses e o entregou aos homens, permitindo o progresso de nossa espécie. O fogo aquece o alimento, ajuda a forjar a arma e o arado, clareia a noite e afasta os predadores e o inimigo.⁹

00:14:00 – Dois minutos e 45 segundos depois, e já temos o amanhecer de uma cidade ainda sonolenta. As janelas se abrem e revelam o dia nascendo com as bandeiras nazistas que tremulam nos prédios medievais. Temos mais uma sequência que lembra um passeio turístico, vendo canais e fachadas de belas construções.

00:20:17 – As ruas estão novamente lotadas para assistir a mais uma cerimônia em homenagem a Adolf Hitler. Como num desfile carnavalesco, camponeses alemães fantasiados com trajes típicos de todas as regiões rurais do país, caminham pelo meio da rua ao som de músicas folclóricas. Uma profusão de imagens curtas, insertes, mostram closes de crianças e de jovens. Em cada grupo, há aqueles que carregam cestos com alimentos provenientes da terra. Temos um minuto e 20 segundos de desfiles, com camponeses “saudáveis, bonitos, arianos”, segundo a concepção nazista e, é claro, felizes, com largos sorrisos estampados, principalmente quando se posicionam em frente à Hitler para cumprimentarem-no. E então, novamente o mito é reaproveitado, é recontado e inserido na narrativa audiovisual de Leni Riefenstahl.

00:21:55 – Em meio às saudações com a mão direita erguida, os camponeses apresentam a Hitler os frutos da colheita. Uma cena sem sentido? Não, na verdade, ela representa a reconstituição das tradições pagas ligadas aos ciclos do planeta. A Terra oferece o sustento das populações na forma do alimento que fertiliza e faz crescer. Os deuses que cuidam das estações, da chuva, do sol, da própria fertilidade da terra, enfim, merecem um agradecimento. E as comunidades humanas, desde o Neolítico, oferecem a esses deuses frutos da primeira colheita. A tradição germânica, perdida com a ascensão do Cristianismo é agora retomada. Os muitos deuses

⁹ *O Grande Livro dos Signos e Símbolos*, pg. 200.

pagãos são incorporados agora pelo *Übermensch*, o super-homem nietzschiano.



Hitler recebe as oferendas dos camponeses no centro de Nuremberg

282

Aquele, que no início do documentário, chega dos céus trazendo esperança, recebe as oferendas de seus fiéis.

00:24:38 – A águia, símbolo do partido aparece iluminada com um único fecho, num ambiente escuro, que a legenda nos diz ser o salão onde acontece o congresso do Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães. A águia de asas abertas está pousada sobre o outro símbolo do partido, a suástica. A segunda apoteose do documentário acontece nesse palácio, onde estão presentes os diplomatas dos países aliados da Alemanha, os representantes do partido, das forças armadas e das principais igrejas alemãs, menos a judaica, por motivos óbvios.

O Triunfo da Vontade (*Triumph des Willens*)

A encenação espetacular deveria causar a mesma sensação da monumentalidade do Nazismo aos presentes e a quem, em seguida, visse os documentários e, em especial, o documento oficial de divulgação do partido, o documentário que Hitler encomendou à própria Leni Riefenstahl.

O plano mítico do documentário fica claro desde o início com a leitura do título: *O Triunfo da Vontade*.

A que vontade ele se refere: a do dividido povo alemão que deu a vitória a Hitler nas urnas? À vontade dos seguidores de Hitler,

NUREMBERG, A CIDADE PALCO DO PODER NAZISTA

que de um partido com duas dezenas de homens se tornou a maior força política da Alemanha? Ou à vontade do próprio Adolf Hitler, que de artista plástico fracassado em sua terra natal, a Áustria, onde foi rejeitado pelas Belas Artes de Viena, tornou-se o líder absoluto da Alemanha?



Leni Riefenstahl (à direita) dirige o sorridente Hitler na cena do encontro com os camponeses em Nuremberg

283

É em Nietzsche que busco a resposta, pois o filósofo que criou a noção de super-homem afirma que o *Übermensch* (...) “é o que tem vontade forte e que se supera porque tem essa vontade”.¹⁰

Adolf Hitler conhece o pensamento do filósofo, morto em 1900. Apesar de não tê-lo conhecido pessoalmente, Hitler conquista a adoração de Therese Förster-Nietzsche, única irmã e responsável pela publicação das obras póstumas do pensador. Ela própria defensora dos ideais de supremacia racial, Therese participou de uma tentativa fracassada de criar uma colônia ariana no Paraguai. De volta à Alemanha, assumiu as publicações do irmão e, em 1930, filiou-se ao Partido Nazista, incentivando a reinterpretação do pensamento de Nietzsche ao bel-prazer de Hitler. Em entrevistas, ela apontava o líder nazista como a encarnação do super-homem.

00:57:27 – Noite. O espetáculo do congresso agora ganha a dimensão de uma superprodução, de uma coreografia carnavalesca,

¹⁰ Mauro Araujo de Sousa, op cit.

com direito a título: *Mares e bandeiras*, e assinada pelo arquiteto de Hitler, Albert Speers. Atuando como coreógrafo, ele cria o desfile de milhares de estandartes nazistas pelo campo Zeppelin, de pouso de dirigíveis. Junto à apoteose, uma imensa estrutura vertical, iluminada por holofotes e batizada de Catedral das Luzes. Uma catedral pagã, onde em vez do Cristo na cruz, está a gigantesca águia que de asas abertas saúda os peregrinos pousada sobre a suástica.

No palanque, ou púlpito da falsa catedral, a pregação é claro, não é feita por um líder religioso, mas pelo próprio guia espiritual da nação, o *Führer*.

01:04:00 – Dia. A gigantesca águia é mostrada num movimento horizontal, da cabeça aos pés, que seguram a suástica. Uma fusão nos leva do símbolo nazista à imagem, vista do alto, de três homens atravessando um mar de soldados cuidadosamente enfileirados. Numa nova referencia aos mitos judaico-cristãos, a cena nos remete imediatamente à de Moisés, que ao abrir o Mar Vermelho, permitiu a passagem de seu povo rumo à liberdade e à Terra Prometida.

284

A cerimônia é uma homenagem ao recém-falecido presidente Hindenburg. Ao som da marcha fúnebre, Hitler se aproxima do panteão ladeado pelos líderes de suas duas forças paramilitares, as SA e as SS.

Sem prédios próximos para realizar essa imagem do alto, Leni cria a primeira grua efetiva da história do cinema, prendendo um pequeno elevador no mastro do pavilhão nazista.



A elevador (grua) pode ser visto exatamente no meio das duas primeiras suásticas

NUREMBERG, A CIDADE PALCO DO PODER NAZISTA

01:07:26 - O elevador sobe e desce constantemente permitindo imagens perfeitas e amplas, movimentos subindo e descendo, registrando o mar de bandeiras nazistas que se move, como que por conta própria em direção ao palanque onde está o líder máximo. Closes mostram os soldados de negro, das SS, em marcha, em perfeita sintonia. Um balé cuidadosamente ensaiado.

01:15:42 – Fade out a partir das bandeiras nazistas. Fade in. E amanhece o dia, com as câmeras de Leni novamente mostrando as bandeiras ao som de tranquila música. E o vento se encarrega de mostrar, por trás da bandeira que tremula, Hitler que se aproxima em carro aberto despedindo-se da população de Nuremberg.

São milhares de pessoas nas janelas, calçadas e arquibancadas acompanhando os desfiles das novas bandeiras apresentadas por Hitler às formações paramilitares. Em closes, Leni mostra e identifica com crédito em legenda um a um os dirigentes nazistas, sempre abaixo de Adolf Hitler, em pé no carro aberto, e que acompanha os desfiles com o braço direito levantado.

Trata-se de um grande desfile, como num carnaval, porém sem demonstrações de alegria, com as diferentes alas marchando, em tom solene, até a Praça Adolf Hitler, no centro histórico de Nuremberg. Leni mostra essa festa militarizada de muitos ângulos, com câmeras posicionadas em prédios por toda parte e também espalhadas ao nível do solo, junto ao público.

285



Desfile das forças SS pelas ruas de Nuremberg

Num ângulo especialmente feliz para um diretor, a câmera consegue captar os soldados da SS, unidade favorita de Hitler, marchando sob raios de sol que iluminam os homens de negro, dando-lhes uma aparência sagrada. A Guarda Negra traz o estandarte pessoal de Adolf Hitler e é aclamada euforicamente pela população que se espreme na praça.

01:34:40 – Hitler e seus comandantes entram agora no cenário final do espetáculo. O palácio onde o Congresso foi aberto, agora assiste ao discurso de encerramento. A águia até aqui vista por cima da suástica, muda de posição. Ela decora o palanque de Hitler, abaixo do líder. E lá atrás, na parede, bem acima de todos, está a suástica. Numa cena inédita em todo o documentário, é possível notar gotas de suor no rosto de Hitler, que exclama a grandeza e superioridade dos alemães: ... “que sabe que ele é o portador do melhor sangue e conscientemente usa isto para atingir a liderança e nunca renunciar!”

286

01:44:15 – E como que explicando o título do filme, *O Triunfo da Vontade*, Hitler diz ser sua essa vontade: “É minha vontade e desejo que este Estado e este Reich possam resistir nos milênios por vir. Podemos ser felizes sabendo que este futuro nos pertence completamente.”

01:48:04 – Após os intermináveis aplausos e gritos de Heil!, Rudolf Hess assume o microfone e diz, resumindo o objetivo do congresso e do próprio documentário: “O Partido é Hitler! Mas Hitler é a Alemanha, como a Alemanha é Hitler! Sig Heil “(Salve a Vitória)

O hino do partido é cantado por todos os presentes, enquanto Leni intercala imagens das pessoas com uma fusão para a suástica e dela para soldados marchando, como pede a letra da música. Cena final... Fade out.

Conclusão

O Triunfo da Vontade inicia-se com uma trilha sonora orquestrada, ainda em *black*, que acompanha legendas explicando o momento histórico em que o congresso se realiza. O primeiro uso da simbologia pré-cristã acontece aí. A águia de asas abertas, símbolo do poder, surge com as garras segurando a suástica, símbolo estilizado do sol, mas que, em vez de lançar seus raios de criação

NUREMBERG, A CIDADE PALCO DO PODER NAZISTA

para o lado direito, no sentido horário, como a suástica solar, padrão mais tradicional de sua representação, aparece em ângulo invertido, lançando os raios para o lado esquerdo, a chamada suástica lunar, apresentada ainda com um agravante: um dos raios está apontado para baixo, o que as sociedades teosóficas interpretaram como sinal de que Adolf Hitler governaria com as forças da involução.¹¹



Hitler dividindo as águas

Em seguida, as informações sobre o próprio congresso, que acontece 20 anos após o início da Primeira Guerra Mundial, 16 anos após o início do sofrimento, representado pela humilhante derrota, e 19 meses após o início do renascimento, ou seja, da vitória de Adolf Hitler, tornando-se chanceler (primeiro-ministro) da Alemanha.

O renascimento é representado por aquele que é a união de dois mitos, o do messias e do herói. O Messias, o que vem do céu como uma sombra sobre Nuremberg, na forma de águia ou de cruz, aparece na narrativa audiovisual de Leni Riefenstahl como o divisor de águas da Alemanha, tal qual Moisés abrindo o mar Vermelho. Já o herói é aquele que com determinação supera os percalços do passado e as humilhações que enfrentou, numa reprodução do que foi vivido por todo o país após a derrota na Primeira Guerra, para apresentar ao povo a esperança de um futuro melhor. A teatralidade presente nos discursos e na encenação em torno da aparição do

¹¹ <http://www.dicionariodesimbolos.com.br/searchController.do?hidArtigo=BBD28665570EF7A776DC6F873D41FA0D>

líder reforça a personalidade carismática e messiânica. Ele e somente ele era um indivíduo em meio às massas de operários, milicianos, do povo. Ele era o *Führer*, que deveria ser admirado de forma obedientemente cega.

Obediência que Leni levou ao pé da letra, ao retratá-lo como um Deus, o guia espiritual da Alemanha. Dessa forma, Leni, aclamada como um dos mais importantes cineastas da história, mas que não escapou do julgamento da própria história, recebendo pelo resto da longa vida a pecha de cineasta de Hitler ou de deusa imperfeita, cumpriu com absoluto rigor técnico o objetivo de retratar a grandiosidade do regime nazista e de enaltecer a figura de Hitler, usando e abusando de ângulos, movimentos e enquadramentos que desnudam a grandiosidade da cidade-sede do congresso, a milenar Nuremberg.

288

Defendendo-se dos muitos acusadores ao longo da segunda metade do século 20, Leni afirmou que sua obra era tão somente um documento daquilo que toda gente foi testemunha ou ouviu falar, numa tentativa de explicação que viria, em nossos dias, ao encontro do documentarista Bill Nichols de que “o documentário (gênero audiovisual) reapresenta o mundo histórico, fazendo um registro indexado dele; ele representa o mundo histórico, moldando seu registro de uma perspectiva ou de um ponto de vista distinto. A evidência da reapresentação sustenta o argumento ou a perspectiva da representação”.¹²

Para Josep Catalá: “a imagem converte-se na representação mais genuína da realidade social, da realidade tal como é imaginada e, por isso, tal como é vivida e utilizada”.¹³

“Vistos sem preconceitos ideológicos, os documentários de Riefenstahl são obviamente exercícios de estilo, pesquisas de técnicas, iluminação e ângulos” afirma Hugo Estenssoro.¹⁴ Trata-se de uma narrativa audiovisual trabalhada com rigor estético que reverte no embelezamento plástico do congresso.

Questões ideológicas que sempre definiram a análise da obra dessa grande cineasta deixam, pouco a pouco, de influenciar nossa

¹² Bill Nichols, 2005.

¹³ In *Problemas de la representación del espacio y el tempo em la imagem*. Portal Comunicacion.com

¹⁴ Revista *Bravo!* n34, 2001. pg 31

visão sobre esse trabalho. Entretanto, do ponto de vista ético, jamais poderemos entender como a busca pela perfeição técnica pode ter deixado de lado tantas questões morais tão relevantes para a humanidade.

REFERÊNCIAS

BACH, Steven. *Leni, A vida e Obra de Leni Riefenstahl*. São Paulo: Casa das Letras, 2007.

CAMPBELL, Joseph. *O poder do mito*. São Paulo: Palas Athenas, 2007.

CATALÀ, Josep. *Problemas de la representación del espacio y el tempo en la imagen*. Portalcomunicación.com.

DIEHL, Paula. *Propaganda e persuasão na Alemanha nazista*. São Paulo: Annablume, 1996.

ESTENSSORO, Hugo. *A Interpretação de Leni*. In: Revista *Bravo!* Nº. 44. São Paulo: 2001, pgs. 26-34.

GALISI, José. *A Simbologia da Culpa*. In: Revista *Bravo!* Nº. 44. São Paulo: 2001. Pp 35-37.

HITLER, Adolf. *Minha Luta*. São Paulo: Centauro, 2001.

JUNG, Carl. *O homem e seus símbolos*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

NICHOLS, Bill. *Introdução ao Documentário*. São Paulo: Papyrus Editora, 2005.

O'CONNELL, Mark e AIREY, Raje. *O Grande Livro dos Signos e Símbolos*. São Paulo: Escala, 2010.

RODRIGUES, Ana Elisabeth. *O Triunfo da Vontade: o cinema a serviço da ideologia*. In *O Olho da História*, n 11, dezembro de 2008. <http://www.oohodahistoria.org/n11/textos/elizabethfaro.pdf>

A CIDADE E A IMAGEM

ROTHER, Rainer. **A simbologia da culpa**. In: *Revista Bravo!* Nº. 44. São Paulo: 2001, pgs. 35-37.

ROVAI, M. L. **Imagem, Tempo e Movimento**. São Paulo: Associação Editorial Humanitas e FAPESP, 2005.

SOUSA, Mauro Araujo. **Alma em Nietzsche: a concepção de espírito para o filósofo alemão**. São Paulo: Leya, 2013.

WILKINSON, Philip e PHILIP, Neil. **Guia Ilustrado Zahar de Mitologia**. São Paulo: Zahar, 2009.

FILMOGRAFIA:

RIEFENSTAHL, Leni. **O Triunfo da Vontade**. Alemanha, 1936.

O OLHAR COSMOPOLITA DE WOODY ALLEN

Fabíola Tarapanoff

Introdução

Desde a abertura monumental, percebe-se que Nova York é uma cidade “em preto e branco”. Mas, aos poucos, nota-se os tons verdes do Central Park na primavera ou nos tons rosados e alaranjados que iluminam a Ponte de Nova York e do Brooklyn. Se chegar mais perto, pode até ver o vermelho na face dos enamorados que se beijam e se encantam pela cidade ao anoitecer. Assim é Manhattan, a cidade retratada por Woody Allen no filme homônimo. E na dureza do dia-a-dia se vê poesia. Nos arranha-céus. Nos trabalhadores no metrô. Nas pessoas que andam freneticamente pela cidade lutando por suas vidas e um lugar ao sol. Em relacionamentos que terminam e outros que surgem com toda sua magia. Na cidade que nunca pára é preciso ter os olhos abertos. E o coração desperto para ouvir a rapsódia azul de Gershwin. Afinal, como diz a jovem Tracy (Mariel Hemingway) a Isaac, personagem de Woody Allen, nem todo mundo se corrompe. É preciso ter um pouco de fé nas pessoas.

Nessa verdadeira ode (ou sinfonia?) à *Big Apple*, “the city that never sleeps”, Woody Allen faz uma declaração de amor a Nova York, a cidade de diversos filmes seus. Cineasta prolífico e conhecido pelos seus roteiros repletos de diálogos interessantes, Allen nos últimos anos tem saído de seu território mais familiar e vem chamando a atenção do público com filmes que fazem verdadeiras homenagens

291

às grandes capitais do mundo. Foi assim com *Scoop: o grande furo*, em que Allen e Scarlett Johansson, interpretando uma estudante de Jornalismo, tentam descobrir um crime nas ruas de Londres, na linha de Sherlock Holmes. Ou *Vicky Cristina Barcelona*, em que ele revela, encantado, a bela arquitetura de Antoni Gaudí, enquanto mostra um agitado triângulo amoroso entre Johansson, Javier Bardem e Penélope Cruz. Na Paris do começo do século XX, repleta de artistas como Ernest Hemingway, T.S. Eliot, Salvador Dalí e Luis Buñuel, ele encontrou inspiração para fazer uma declaração de amor à “Cidade-Luz”, em *Meia noite em Paris*. A última empreitada é uma saborosa comédia em homenagem não só para Roma, mas ao cinema italiano: *Para Roma, com amor*.

Mas como é a cidade, o espaço urbano retratado por Woody Allen em cada um desses filmes? Com seu olhar estrangeiro, ele busca ângulos inusitados ou se rende às imagens de cartões postais? Como o espaço urbano se apresenta nessas obras que invadem a tela grande em cinemas de todo mundo, contribuindo para a formação do imaginário dos espectadores sobre cada uma dessas grandes urbes: Nova York, Londres, Barcelona, Paris e Roma?

292

1. Imagem e cidade

Desde as pinturas pré-históricas, as imagens têm sido expressão da cultura humana. Como explicam Lúcia Santaella e Winfried Nöth em *Imagem: cognição, semiótica e mídia*, apesar da propagação da palavra humana alcançar “dimensões galácticas” já no século XV com a invenção da prensa mecânica de Johannes Gutenberg, apenas no século XX a “galáxia imagética” iria se desenvolver. Hoje da publicidade que vemos na TV no café da manhã até as últimas notícias que conferimos na internet à noite, nosso dia a dia está povoado de imagens, de tal forma que alguns “apocalípticos da cultura ocidental” já preveem o fim da palavra escrita. De certa forma, eles não estão errados, pois a imprensa perde sua vitalidade diante de novas tecnologias, que apresentam informações de forma cada vez mais rápida, com mensagens curtas e de grande apelo visual.

Devido à sua importância hoje, Santaella e Nöth propõem a criação de uma teoria da imagem, realizada de forma interdisciplinar, considerando fundamentos da Sociologia, da Psi-

ciologia e da Antropologia. Para os autores, o mundo das imagens se divide em dois domínios. O primeiro é o das imagens como representações visuais, como desenhos, pinturas, gravuras, imagens cinematográficas, televisivas, holográficas e infográficas. O segundo compreende o domínio imaterial das imagens em nossa mente, que aparecem como visões, fantasias, esquemas e mapas mentais, representações de mundo. Domínios tão próximos, tão umbilicalmente ligados que:

Não há imagens como representações visuais que não tenham surgido de imagens na mente daqueles que as produziram, do mesmo modo que não tenham surgido de imagens mentais que não tenham alguma origem no mundo concreto dos objetos visuais. Os conceitos unificadores dos dois domínios da imagem são os conceitos de signo e de representação. É na definição desses dois conceitos que reencontramos os dois domínios da imagem, a saber, o seu lado perceptível e o seu lado mental, unificados estes em algo terceiro, que é o signo da representação (Santaella & Nöth, 1997: 15).

293

Como explica Josep Català em *A forma do real: introdução aos estudos visuais*, as imagens, inclusive as mais simples e iconográficas, são sempre construções que se superpõem à realidade, sintetizando a sua ambivalência em uma direção determinada. Diante de um mundo tão repleto de imagens, ele propõe o conceito de alfabetização visual (*visual literacy*), que não deixa de ser contraditório, pois atribui à imagem formas de atuação semelhantes à de um texto. Considera-se assim a possibilidade de “ler imagens” ou esperar que ela nos “falem algo”.

Català cita James Elkins (2003: 128): *visual literacy* significa “sermos capazes de ler imagens, de desmembrá-las como um escrito, de lê-las em voz alta, de decodificá-las e traduzi-las”. Dessa forma,

o conceito de alfabetização visual pode ser recuperado superando o paradoxo antes mencionado, se o entendermos como uma expressão literal (o visual organizado

verbalmente) tampouco metafórica (o alfabeto como uma maneira de descrever a estrutura da imagem), mas como a enunciação da condição híbrida do conhecimento e das condições cognitivas que comporta. Alfabetização visual significa, portanto, aprender a conhecer os fenômenos visuais, ou seja, aprender a expressar verbalmente o que se produz visualmente. Mas para isso é necessário saber o que se produz visualmente no âmbito intrínseco da imagem: só assim poderemos dizer algo de fato útil e novo sobre ela (Català, 2011: 17).

O autor propõe então as diferentes funções da imagem: 1) Função informativa (a imagem constata uma presença); 2) Função comunicativa (a imagem estabelece uma relação direta com o espectador ou usuário); 3) Função reflexiva (a imagem propõe ideias); 4) Função emocional (a imagem cria emoções).

294

Funções que não só informam as imagens presentes no mundo, mas comunicam algo sobre esse mundo e ajudam a compreendê-lo e também criam emoções e muitas vezes estimulam determinados comportamentos.

Uma arte que possibilita o entendimento dessas funções e que está muito presente na atualidade é o cinema. Como explica Català, o surgimento do cinema no fim do século XIX demarca duas fronteiras bem claras: a da imagem clássica, como era entendida pelas suas formas básicas na pintura, na arquitetura e na escultura; e a do futuro, com a chegada de novas tecnologias de reprodução de imagens, como a do próprio cinema e depois a da internet. O cinema representa assim o eixo que articula a passagem de um território a outro.

Apesar de ser herdeiro da fotografia, o cinema apresenta uma dinâmica da realidade do visível que a fotografia não possui. Segundo Lucia Santaella em *Linguagens líquidas na era da mobilidade*, por isso ele possui uma dinâmica própria e pode ser considerado a arte do movimento, apresentando por meio da projeção luminosa a restituição de movimentos registrados pela fotografia. Para obter esse efeito, foi necessária a convergência de três caminhos de

investigação: a estroboscopia, a fotografia e a projeção. Estroboscopia está baseada na persistência da imagem na retina, fenômeno físico natural. Quando uma imagem luminosa alcança olho, a impressão dessa imagem vai permanecer até um décimo de segundo após o seu desaparecimento. Pois é justamente nessa anomalia do olho humano que está a base do cinema. A ilusão de óptica de uma luz contínua se produz quando o intervalo entre os diversos flashes de luz é inferior ao tempo de persistência na retina. A ilusão de movimento ocorre porque o olho tem uma tendência de preencher os espaços entre objetos visuais adjacentes:

Apesar de ser herdeiro da fotografia, o cinema apresenta uma dinâmica da realidade do visível que a própria fotografia não possui

295

É a montagem que cria a realidade fílmica. Ela não se reduz à justaposição mecânica de pedaços de película, mas se constitui na configuração específica que o filme apresenta dos fatos narrados. Não obstante o filme criar a ilusão de uma narração contínua, na realidade ele é feito de cortes e saltos descontínuos que fazem parte integrante de sua linguagem. Em uma cena, por exemplo, o personagem caminha pelas ruas. Essa cena é cortada e, na próxima, a personagem já está dentro de casa. O espectador preenche os vazios sem dificuldade graças à sua familiaridade com a lógica interna da montagem (Santaella, 2007: 364).

A imagem fílmica então é formada a partir de fotogramas separados, que dispostos em sequência e com velocidade, produzem a sensação de movimento (“persistência retiniana”). Essa analogia com o espaço real que o cinema produz, segundo Jacques Aumont, é poderosa o suficiente para que as pessoas esqueçam do achata-

mento da imagem e que em um filme preto-e-branco e mudo não há características como cores e som. Dessa forma, apesar do enquadramento muitas vezes ser limitado, percebe-se o campo como incluído em um espaço mais vasto, no qual aparece apenas uma parte na tela do cinema, mas que nem por isso deixa de existir o que existe fora do campo de visão. Por isso Bazin o qualifica como “janela aberta para o mundo”, que revela apenas um fragmento desse mundo e que não se deve deter apenas às bordas:

De fato, as fronteiras da narratividade, assim como as da representatividade, muitas vezes são difíceis de traçar. Da mesma maneira que uma caricatura ou um quadro cubista podem representar (ou pelo menos evocar) um espaço tridimensional, existem filmes onde, para ser mais esquematizada ou mais abstrata, nem por isso a representação deixa de ser mais presente e eficaz (Aumont, 1995:26).

296

A narrativa pode assim ser apresentada de duas formas pelos diretores, como explica Aumont, citando o texto de André Bazin: “os que acreditam na imagem” e “os que acreditam na realidade”. O cinema dos que “acreditam na realidade” é o que segue o princípio da transparência. No entanto, como às vezes o real é ambíguo, é necessária a intervenção do diretor, para que uma sequência torne-se mais “clara” para o espectador. Isso é feito por meio da decupagem clássica, que busca uma lógica na sequência e apresenta os efeitos de forma tão natural que parece que estamos vendo algo diretamente apresentado da realidade.

Qualquer que seja o filme, seu objetivo é dar-nos a ilusão de assistir a eventos reais que se desenvolvem diante de nós como na realidade cotidiana. Essa ilusão esconde, porém, uma fraude essencial, pois a realidade existe em um espaço contínuo, e a tela apresenta-nos de fato uma sucessão de pequenos fragmentos chamados “planos”, cuja escolha, cuja ordem e cuja duração constituem precisamente o que se chama de “decupagem” de um filme. Se

WOODY ALLEN: OLHAR COSMOPOLITA

tentarmos, por um esforço de atenção voluntária, perceber as rupturas impostas pela câmera ao desenrolar contínuo do acontecimento representado e compreender bem por que eles nos são naturalmente insensíveis, vemos que toleramos porque deixam de subsistir em nós, de algum modo, a impressão de uma realidade contínua e homogênea (Bazin, 1972: 66-67).

Hoje o cinema, com sua popularidade, é um dos grandes disseminadores de imagens. Afinal a obra cinematográfica revela como nenhuma outra arte as relações humanas.

Ela nos conduz pela história dos continentes, mostrando a singularidade do ser humano e de cada indivíduo no tempo e no espaço. Como explica Edgar Morin, em *O Cinema ou o homem imaginário*:

Reside nesta evidência o primeiro mistério do cinema. O que é de espantar é que isso não nos espante. É uma evidência que no sentido literal do termo “nos entra pelos olhos dentro” é uma evidência que nos cega. “Possa tudo o que é considerado habitual inquietar-vos”, disse Brecht. Aqui principia a ciência do homem. Aqui deve principiar a ciência do cinema. A arte do cinema, a indústria do filme são somente os dados presentes à nossa consciência de um fenômeno que é necessário captar em toda sua plenitude. A parte escondida, porém, essa tal evidência obscura, confunde-se com a nossa própria substância humana – também evidente e obscura, como o bater dos corações e as paixões da alma. Por isso, como diz Jean Epstein, “ignoramos tudo quanto ignoramos do cinema”. Acrescente-se, ou melhor, deduza-se: nem sequer sabemos o que dele sabemos. Uma membrana separa o *homo cinematographicus* do *homo sapiens*. Como separa a nossa vida de nossa consciência (Morin, 1970:9-10).

297

2. Formação do imaginário

O cinema, com sua força, contribui também para a formação de representações que temos sobre o mundo, moldando nosso imaginário. Um dos autores que se aprofunda nessa questão é Gilbert Durand, ao conceituar o imaginário como um “conjunto de imagens e relações de imagens que constitui o capital pensado do *homo sapiens*” e como “a faculdade da simbolização de onde todos os medos, todas as esperanças e seus frutos culturais jorram continuamente desde os cerca de 1,5 milhão de anos que o *homo erectus* ficou em pé na face da Terra” (Durand, 1998:17).

Outro autor que confirma a noção de que a sociedade tem papel importante na formação do imaginário é Cornelius Castoriadis. Para ele, o homem só existe na e pela sociedade, que é histórica e possui uma forma particular e singular. E o que mantém essa sociedade coesa são suas normas, valores e a forma como um tipo particular deve se comportar ou o que é dele esperado nessa sociedade. Por isso ele afirma que:

298

Somos todos, em primeiro lugar, fragmentos ambulantes da instituição de nossa sociedade – fragmentos complementares, suas partes totais, como diria um matemático.

A instituição produz indivíduos conforme suas normas e esses indivíduos, dada sua construção, não apenas são capazes de, mas obrigados a reproduzir a instituição. A “lei” produz os “elementos” de tal modo que o próprio funcionamento desses “elementos” incorpora e reproduz – perpetua a “lei” (Castoriadis, 1987: 230).

3. Imaginário da cidade na obra de Woody Allen

Arguto observador da realidade, Woody Allen immortalizou em seus filmes a cidade de Nova York, mostrando não só o dia a dia, como as manias e neuroses de seus habitantes. Na obra *Manhattan*, faz uma verdadeira homenagem à cidade, símbolo do capitalismo em sua expressão máxima, de um mundo que deu certo e só será abalado com o ataque às Torres Gêmeas em 2001. Cidade que re-

vela como ninguém a modernidade, a urbanidade trazida pela Revolução Industrial.

Como explica Tom Gunning no artigo “O retrato do corpo humano: a fotografia, os detetives e os primórdios do cinema”, no livro *O cinema e a invenção da vida moderna*, organizado por Leo Charney e Vanessa Schwartz, a modernidade foi um período histórico demarcado pela mudança na experiência e na transformação da vida diária criada pelo crescimento do capitalismo e pelos avanços técnicos: o crescimento do tráfego urbano, da distribuição de novas mercadorias produzidas em massa e das novas tecnologias de transporte e de comunicação.

O cinema insere-se nesse contexto e mostra essa nova modernidade em que a extensão do poder e da produtividade do corpo humano trazem novas possibilidades mas também novos problemas, *stress*, violência e insegurança:

O cinema instala-se nessa rede de circulação como tecnologia e indústria e também como uma nova forma de experiência. Como uma indústria de entretenimento produzida em massa, com um sistema nacional de distribuição em 1909, o comércio cinematográfico explorou as redes de estrada de ferro antes percorridas pelos circuitos de vaudeville e trens de circo. Os primeiros gêneros do cinema, em especial aquelas formas aparentemente diversas como documentários de viagens e filmes de truques, visualizaram uma experiência moderna de alteração rápida, pela apresentação de visões estrangeiras, de locações remotas, ou pela criação, por meio da fotografia trucada, de uma sucessão de transformações que deslocavam a identidade estável de objetos e atores. Os primeiros filmes de atualidade apresentavam com frequência um simulacro de viagem não apenas ao apresentar paisagens estrangeiras, mas também “passeios fantasmas”, que eram filmados da parte dianteira de trens ou da proa de barcos e que davam aos espectadores, sentados e parados, uma sensação palpável de movimento.

A CIDADE E A IMAGEM

Essa experiência contraditória era tão atrativa nesses filmes quanto sua representação do turismo estrangeiro (Gunning, 2004: 34-35).

No filme *Manhattan*, percebemos essa modernidade logo na abertura, apresentando as pessoas indo e vindo apressadas. Mas não só essa visão está presente. Na fita ele interpreta um escritor de meia-idade divorciado, que se sente em situação constrangedora quando sua ex-mulher decide viver com uma amiga e publicar um livro, no qual revela assuntos particulares do relacionamento dos dois. Nesse período o escritor está apaixonado por uma jovem de 17 anos (Mariel Hemingway), que corresponde a eu amor. No entanto, ele sente-se atraído por uma pessoa mais madura, a amante do seu melhor amigo, interpretada por Diane Keaton.

300

Assim, mesmo mostrando as neuroses e os dramas de quem vive em uma cidade grande, como a falta de tempo para um relacionamento, ele faz uma homenagem à cidade e mostra sua afetuosidade para quem vem de fora e as pequenas belezas escondidas no cotidiano, como na cena em que Keaton e Allen sentam em um banco e ficam observando a cidade e seu movimento. Como explica no livro *Conversas com Woody Allen*, de Eric Lax:

Notei que, depois que fiz *Manhattan*, não tinha mais a necessidade de mostrar a cidade de Nova York de um jeito pronunciadamente glamouroso. Agora quando mostro a cidade, mostro de um jeito legal. Mas estritamente em função da trama (Lax, 2010: 37).

Em *Meia-noite em Paris*, a “Cidade-Luz” é homenageada em toda sua glória, com belas sequências mostrando o Museu do Louvre, a Torre Eiffel, Montmartre, entre outros locais turísticos. Não só a Paris atual é glamourizada, mas também a Paris dos anos 1920, objeto de veneração do escritor Gil Pender (Owen Wilson), alterego de Allen. Apesar de idolatrar os grandes escritores norte-americanos e tentar de forma frustrada ser roteirista em Hollywood,

somente em Paris ele encontra novamente a inspiração. Ele vai à cidade com sua noiva, Inez (Rachel McAdams) e com os sogros Helen (Mimi Kennedy) e John (Kurt Fuller). Enquanto Gil tem uma visão romântica da cidade, sua noiva está mais interessada em fazer compras e os sogros em comprar móveis e fechar negócios. Para piorar a situação de Gil, aparece um antigo pretendente de sua noiva, o pseudo-intelectual Paul Bates (Michael Sheen). Arrogante, ele acha que sabe sobre tudo e não perde uma oportunidade de mostrar seu vasto conhecimento sobre arte ou vinhos franceses.



301

A vida de Gil começa a mudar quando um dia, vagando solitário pelas ruas da cidade, fica pensando em sua vida e passa um automóvel antigo e o relógio da Catedral de Notre-Dame marca meia-noite. As pessoas o convidam para uma festa e ele se vê transportado para a Paris dos anos 1920 e conhece personalidades artísticas como Pablo Picasso (Marcial Di Fonzo Bo), Salvador Dalí (Adrien Brody), Luis Buñuel (Adrien de Van), Ernest Hemingway (Corey Stoll), Josephine Baker (Sonia Rolland), F. Scott Fitzgerald (Tom Hiddleston) e Zelda Fitzgerald (Alison Pill). Conhece a editora Gertrude Stein (Kathy Bates), que promete ler seu romance, e fica encantado pela jovem Adriana (Marion Cottillard) e pelo seu amor à vida. Adriana é uma aspirante a artista e tem um relacionamento com Picasso e já teve um romance com Modigliani e Braque. Estar em Paris faz com que Gil volte a se questionar sobre os rumos de sua vida.

Nesse filme, Woody Allen utiliza o realismo fantástico para reverenciar não só a “Cidade-Luz”, mas épocas da história em que a cidade foi um efervescente centro cultural. A Paris dos anos 1920, da *Belle Époque*, com grandes artistas como Picasso, Dalí e Buñuel (que realizam em parceria os filmes *O cão andaluz* e *A idade do ouro*), escritores como Hemingway e F. Scott Fitzgerald e músicos como Cole Porter (Yves Heck). Instigante e poética, a obra apresenta um diálogo do cinema com as outras artes, como a pintura, a literatura e a música.

O encontro com as personalidades fictícias representa uma metáfora do diálogo que temos com os artistas quando apreciamos suas obras, como ler um livro ou observar um belo quadro.

302

O filme ainda apresenta um tema interessante: a questão da eterna insatisfação humana. Pender acredita que a *Belle Époque* era a época ideal, em que as pessoas respiravam arte e podiam escrever belas obras. Já Adriana, que vive nos anos 1920, aspira viver no final do século XIX, na época do Impressionismo, com artistas como Degas, Renoir e Matisse. E para o espanto de Adriana, quando ela e Pender voltam no tempo até esse período, esses artistas desejavam viver na Itália da época do Renascimento, com artistas como Leonardo da Vinci e Michelângelo.



É interessante notar que Owen Wilson aparece com os maneirismos de Allen, perceptível em seus tiques nervosos, na verborragia verbal e nas gagueiras típicas. Destaque para Corey Stoll como o apaixonado Hemingway, com seu jeito sedutor e ao mesmo tempo amar-

gurado e para Adrien Brody como um surpreendente Dalí, com seus diálogos surreais. É interessante notar que o filme sugere que Gil deu a dica para Buñel fazer o filme *O anjo exterminador* (1962).

Já em *Para Roma, com amor*, os estereótipos sobre Roma e principalmente sobre os italianos estão mais evidentes. É um filme coral, que acompanha personagens pelas ruas da cidade, configurando uma espécie de painel da Roma contemporânea. Percebem-se as idiosincrasias da cidade caótica que se modernizou junto às ruínas de uma antiga civilização. Não faltam referências à cultura local, ao modo exagerado de falar dos italianos e referências a Fellini e a obras como *La dolce vita*, com a famosa cena de Anita Ekberg na Fontana di Trevi. Não faltam os cartões postais obrigatórios, como a Piazza di Spagna, Coliseu, Piazza Navona e por aí vai.

O episódio mais caricato é o que apresenta Roberto Benigni, intérprete de um estereotipado italiano de classe média, reclamando que a tecnologia provoca desemprego e que os chineses vão dominar o mundo. Do dia para noite ele vira estrela instantânea, alvo dos paparazzi e de um bizarro interesse da mídia pelo modo como prepara seu pão de manhã, faz sua barba ou escolhe cuecas. É uma crítica clara ao mundo das celebridades. Já o episódio mais interessante é o que brinca com o mundo da ópera, marcando a volta de Woody como ator. Com seu personagem neurótico padrão, é impossível não perceber sua alegria em voltar a atuar, apresentando uma piada atrás da outra. Ao lado de Judy Davis, ele faz um ex-empresário do mundo operístico que vai a Roma visitar a filha (Alison Pill) e conhecer seu namorado italiano (Flavio Parenti), um comunista. No entanto, o pai do rapaz, um agente funerário (o tenor Fabio Armiliato), se mostra incrível cantando ópera no chuveiro e Woody insiste em levá-lo para o *showbusiness*.

303



4. Conclusões

Analisando esses filmes, pode-se perceber que os rodados em Nova York, como *Manhattan*, cenário mais conhecido pelo diretor, trazem elementos curiosos da cidade e novos, pois ele conhece como ninguém a *Big Apple*. Há o *glamour*, mas aspectos culturais de forma bem real são retratados.

Já nos filmes rodados em outras capitais, apesar de boas histórias, os aspectos culturais muitas vezes são mostrados de forma estereotipada. Principalmente em *Para Roma, com amor*, que traz Roberto Begnini como o “italiano médio”: fala gesticulando muito, trata de seus problemas na rua, gosta de comer *spaghetti* e tem também uma visão estereotipada de outros grupos sociais, como os dos chineses (“Eles vão invadir o mundo”). Outros personagens estereotipados são o noivo da filha de Allen como o comunista intransigente, que não deixa ninguém falar mal dos sindicatos e se recusa a qualquer tipo de mercantilização. Ou ainda Penélope Cruz na figura da “amante”, da “outra” de homens de negócios italianos, para quem só importa a questão da aparência.

Como explica Walter Lippmann na obra *Opinião pública*:

Na maior parte dos casos nós não vemos em primeiro lugar, para então definir; nós definimos primeiro e então vemos (...) Na confusão brilhante, ruidosa do mundo exterior, pegamos o que nossa cultura já definiu para nós e tendemos a perceber aquilo que captamos na forma estereotipada para nós por nossa cultura (Lippmann, 2008: 85).

Dessa forma, o cinema pode ser concebido como o veículo das representações que a sociedade dá a si mesma, criando mitologias contemporâneas. Como explica Roland Barthes em *Mitologias*, o mito é uma fala, mas não se trata de uma fala qualquer:

Esta fala é uma mensagem. Pode, portanto, ser oral; pode ser formada por escritas e representações: o discurso escrito, assim como a fotografia, o cinema, a reportagem, o esporte, os espetáculos, a publicidade, tudo isto pode servir

WOODY ALLEN: OLHAR COSMOPOLITA

de suporte à fala mítica. O mito não pode definir-se nem pelo seu objeto nem pela sua matéria, pois qualquer matéria pode ser dotada de significação (...) Não há dúvida que na ordem da percepção a imagem e a escrita, por exemplo, não solicitam o mesmo tipo de consciência e a própria imagem propõe diversos modos de leitura (...) A imagem é certamente mais imperativa que a escrita, impõe a significação de uma só vez, sem analisá-la ou dispersá-la. Mas isto já não é uma diferença constitutiva. A imagem transforma-se numa escrita, a partir do momento em que é significativa: como a escrita, ela exige uma *lexis* (Barthes, 1993: 132).

Com isso, as obras cinematográficas não apresentam aspectos novos da cultura aos milhões de espectadores que vão ver os filmes curiosos em saber mais sobre os demais países, mas reafirmam antigos estereótipos e crenças. Há alguns elementos novos, mas muitas vezes o aspecto caricato se sobressai, em nome da comédia. São filmes que divertem, com certeza, mas que ajudam a refletir como o cinema contribui na criação de estereótipos e de mitos contemporâneos.

305

REFERÊNCIAS

AUMONT, Jacques et al. **A estética do filme**. Campinas, SP: Papirus, 1995. 3ª edição.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1993. 9ª edição.

CAMPBELL, Joseph. **O poder do mito**. São Paulo: Palas Athenas, 2007.

CATALÀ, Josep M. **A forma do real: introdução aos estudos visuais**. São Paulo: Summus, 2011.

CHARNEY, Leo. & SCHWARTZ, Vanessa. **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

LAX, Eric. **Conversas com Woody Allen**. São Paulo: Cosac&Naify, 2010.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2008.

MORIN, Edgar. **O cinema ou o homem imaginário: ensaio de antropologia**. Lisboa: Moraes Editores, 1970.

NÖTH, Winfried & SANTAELLA, Lucia. **Imagem: cognição, semiótica e mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1997.

PANOFSKY, Erwin. “Estilo e meio no filme.” In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

XAVIER, Ismail. **A experiência do cinema (Org.)**. A experiência do cinema: antologia. Rio de Janeiro: Edições Graal/Embrafilmes, 1983.

WOODY ALLEN: OLHAR COSMOPOLITA

Sites e artigos presentes em endereços eletrônicos

Zero Hora - <http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/cultura-e-lazer/segundo-caderno/noticia/2012/06/setimo-filme-europeu-de-woody-allen-chega-aos-cinemas-nesta-sexta-3804877.html>

Adoro Cinema - Woody Allen – www.adorocinema.com

IMDB - www.imdb.com



AS CIDADES DO BIG PICTURE

Anna Letícia Pereira de Carvalho

1. Introdução

Na história da comunicação, a fotografia se apresenta como um dos elementos principais da produção jornalística. Na era digital, percebe-se que a fotografia vem passando por transformações que se referem à estética e à linguagem, já que a imagem de imprensa não mais pertence somente à linearidade do papel, mas também aos novos suportes digitais onde presenciamos possibilidades de interação e observação.

A fotografia utilizada nos meios digitais como suporte de informação imagética é o objeto deste artigo, pois percebemos que a produção fotojornalística na *web*, apesar de partir de padrões tradicionais, vem tentando construir uma nova maneira de disponibilizar conteúdo visual no ambiente ilimitado da internet. Buscamos neste trabalho entender as dinâmicas envolvidas no processo jornalístico visual online de modo a compreender como as narrativas se aplicam à fotografia que pretende ser de imprensa. Consideramos o fotojornalismo como um produto que pode gerar conhecimento, provocar sensibilização, contextualizar e incitar um olhar demorado. Não pretendemos construir uma fórmula de veiculação de imagens jornalísticas, mas desenvolver uma reflexão acerca de como a fotografia jornalística vem arquitetando o seu espaço no mundo digital para que a sua dimensão informativa seja percebida e observada.

309

Surgido em 2008, o site fotojornalístico *Big Picture*, do jornal *The Boston Globe*, é um exemplo de como os dispositivos imagéticos procuram produzir uma nova experiência sensitiva para o espectador. A exploração de mecanismos que contribuem para esse caminho novo faz com que os diálogos com outras mídias ou mesmo com a bagagem do próprio espectador se multipliquem. A fotografia se insere neste caso. Ela é presença forte na expansão das manifestações contemporâneas, em que, cada vez mais, as imagens se tornam experiências de interação entre o dispositivo e o observador.

Neste sentido, propomos explorar o fato de que, hoje, existem inovações calcadas em tradições como consequência das transformações múltiplas que se deram por causa de novos suportes, da produção contemporânea dos fotojornalistas e dos mecanismos de edição. Logo, a fotografia se torna um processo expressivo e de revitalização dos sentidos simbólicos, sendo importante para a experiência visual. As imagens do *boston.com/bigpicture* permitem a reflexão não somente pela busca de informação, mas também por meio de um olhar apreciativo e consumidor diante de imagens que podem funcionar como notícia e que, por sua vez, carregam alta carga ideológica porque são representações. Essas formas imagéticas, por sua vez, podem estimular olhares atentos, reflexivos e serem base para a narração jornalística.

310

2. Big Picture

O site *Big Picture*¹ aparece no contexto de inovações dos suportes das mídias. Criado em 2008, por Alan Taylor, e administrado pelos editores de fotografia do jornal *The Boston Globe*², tem como objetivo publicar fotografias para contar notícias mundiais. O blog teve em seus primeiros 20 dias mais de 1,5 milhão de visualizações. Modelo de quebra de paradigma na comunicação imagética via internet, traz coberturas fotográficas de grande formato sob a ótica do fotojornalista. O sucesso do blog fez com que

¹ [Http://www.boston.com/bigpicture](http://www.boston.com/bigpicture)

² Jornal estadunidense de Boston, Massachusetts e pertencente ao *The New York Times Company* desde 1993. Foi lançado na internet em 1995 e está no ranking dos 10 *webjornais* com maior prestígio na América. Está sediado no endereço www.boston.com.

Alan Taylor levasse o modelo desse projeto para a revista *The Atlantics*, criando o blog *In Focus*³. Desde então o *Big Picture* ficou a cargo dos editores Lane Turner, Lloy Young e Paula Nelson.

Dois aspectos chamam a atenção para este *fotoblog*⁴: além de estar relacionado a um veículo de imprensa (o jornal *The Boston Globe*), é também o pioneiro em publicação de imagens em alta resolução. Em tempos de aumento e expansão da banda larga e com a variedade de meios de se conectar à rede, esta convergência digital é uma alternativa para o uso do fotojornalismo na internet. O *Big Picture* reúne e organiza fotografias de várias origens e gera novas formas de conteúdo, apresentando fotorreportagens e ensaios, remidiatizando-as para um tema em comum, com o objetivo de alcançar novos eixos de audiência e visibilidade.

A maioria das imagens são provenientes de agências de notícias como a *Associated Press*, *Reuters*, e *Getty Image*, outras vêm de fontes oficiais, como a Nasa, e outras de fotógrafos que queiram dividir suas fotografias com o *Big Picture*. Qualquer pessoa pode participar do blog, desde que siga algumas regras: as imagens devem ser muito boas; em alta resolução; interessantes e relacionadas com notícias; livres para serem usadas, ou seja, não há nenhum pagamento por elas; e numerosas, mais de quatro ou cinco imagens relacionadas com o mesmo motivo. As reportagens fotográficas são geralmente postadas às segundas, quartas e sextas-feiras, sempre acompanhadas com legendas explicativas. Cada publicação, atualmente, tem cerca de 30 imagens de várias agências de notícias reunindo diversos pontos de vista sobre o fato publicado ou, em alguns casos, somente com um.

As fotografias, na maioria das vezes, são editadas de forma a transmitir um sentido narrativo, ou seja, além do ato de comunicação do fotógrafo que cobriu o fato, ocorre também a intenção do editor, que compõe vários olhares de um mesmo fato criando uma

³ <http://www.theatlantic.com/infocus/>

⁴ Fotoblog é um derivado do “weblog”. O weblog é como um diário de anotações ou memórias online. O fotoblog tem a mesma definição, porém, é composto apenas de fotos e legendas. Uma característica importante do fotoblog é a interatividade: outras pessoas podem inserir comentários sobre a imagem que foi enviada (Fonte: http://fotoblog.uol.com.br/stc/faq_geral.html#1).

narrativa que induz a uma leitura espacial e temporal, acrescentando uma intenção à mensagem visual.

O Big Picture é um objeto de estudo apropriado para analisar como o fotojornalismo passou por transformações de suporte e conceito, utilizando os padrões tradicionais. Antes, o registro único de foto flagrante era considerado a essência do fotojornalismo, mas a possibilidade de contar histórias, usar e refletir fotograficamente para termos imagens mais trabalhadas, que passem a ideia do que foi encomendado, corresponde a uma nova alternativa para o fotojornalismo. A intenção de nosso objeto de estudo é criar novos caminhos para a fotografia jornalística, incorporando, adaptando e ressignificando o modo de fazer fotojornalismo, desde da produção de pautas até a divulgação da reportagem no meio digital.

Entre as tendências atuais de propagar informação, a proposta do Big Picture torna-se interessante por mostrar um olhar sobre um mesmo tema apresentando fotografias de diversas agências, do público ou mesmo de um único fotógrafo. No entanto, para apreender a capacidade de comunicação do *fotoblog* é necessário o amadurecimento do olhar de quem o acessa. O Big Picture é, portanto, um objeto para novas reflexões sobre o impacto das fotografias na mídia online, que corresponde a um campo novo, em pleno desenvolvimento mas que, todavia, é um objeto expressivo e capaz de gerar fortes impactos na sociedade.

312

3. A Fotografia na Cultura Visual

A fotografia nasceu com a sociedade industrial e seu desenvolvimento se deve também à necessidade de representação da classe burguesa. Na técnica fotográfica, a burguesia encontrou a relação entre o ritmo da vida vigente e os modos de organização social e política. A produção de fotografias, assim, se tornou tão industrial quanto o próprio regime econômico o que, de certo modo, é visível até hoje.

André Rouillé, professor na Université de Paris VIII, escreve que a fotografia “só foi imagem de poder enquanto pôde ficar em sintonia com o sistema, os valores e os mais emblemáticos fenômenos da sociedade industrial: a máquina, as grandes cidades e esta extraordinária rede que as interliga, a estrada de ferro” (Rouillé,

2009: 48). O autor observa atentamente o caminho histórico e teórico pelo qual a fotografia passou até os dias atuais e critica a indicialidade, afirmando que a teoria que coloca a fotografia como traço do real apenas seguiu uma visão de cunho ideológico e não leva em consideração a utilização da fotografia em seus diferentes contextos. Para o historiador, a fotografia é mais do que um efeito luminoso, ela é um processo.

Ele nomeia, ainda, duas grandes funções da fotografia: a fotografia-documento e a fotografia-expressão. Para Rouillé (2009), o status de documento foi originado a partir da crença de que a fotografia funciona como prova, pois contém a relação direta com o referente. A discussão acerca desse status culminou na abertura do pensamento e deu origem ao que o autor chama de “fotografia-expressão”:

A fotografia-expressão exprime o acontecimento, mas não o representa. Levaremos em consideração, aqui, a hipótese segundo a qual a passagem do documento-designação para documento-expressão repercute na fotografia como um fenômeno mais global: a passagem de um mundo de substâncias, de coisas e de corpos, para um mundo de acontecimentos, de incorporais. A passagem de uma sociedade industrial para uma sociedade da informação. A sociedade da informação, que se estende ao ritmo das redes digitais de comunicação, age profundamente sobre o conjunto das atividades, particularmente sobre as práticas e as imagens fotográficas, segundo processos muitas vezes subterrâneos e silenciosos, mas que colaboram para o esgotamento da fotografia-documento (Rouillé, 2009: 137).

313

Nesse trecho, Rouillé explica que a fotografia-expressão pode “condensar” o acontecimento e que ela não apresenta o real diretamente, mas o ordena visualmente. Neste artigo, a noção de representação surge daquilo que forma o conteúdo visual proveniente de operações simbólicas, tal como a fotografia-expressão.

A condição de reprodutibilidade da fotografia e sua rapidez de produção atuam como condicionantes da mediação, de modo que os conteúdos fotográficos ficam, muitas vezes, perdidos dentre tantas imagens. A reprodução por si só já retira a imagem fotográfica de seu contexto original e, dependendo de seu uso, pode ser encarada de diferentes formas. A fotografia, assim, sendo passível de reprodução e edição, ganha o terreno do jornalismo por sua condição eficiente, substituindo em muitos casos as gravuras e ilustrações outrora utilizadas. O fotojornalismo foi, portanto, o impulso que a fotografia recebeu para se firmar como essencial à sociedade industrial.

O fotojornalismo provoca o que Rouillé (2009) chama de “crise da verdade”⁵, pois os limites entre a fotografia como documento e a fotografia como expressão se fundem e se distorcem, fazendo com que a noção do real representado seja relacionada principalmente com a designação. Desse modo, a aderência não é direta e, portanto, considera todas as outras imagens que operam na constituição da cultura visual seguindo, em sua maioria, regimentos estéticos.

314

Essa crise da verdade vem de fato mostrar uma verdade sobre a fotografia, em particular sobre a fotografia-documento. Contrariamente ao que se diz, a fotografia-documento não teve como função principal representar o real, nem mesmo torná-lo crível, mas de designá-lo e, sobretudo, de ordenar o visual (e não mais o visível). A ordem, acima do verdadeiro e do falso (Rouillé, 2009: 157).

Com base nisso, o dispositivo fotográfico funciona como modelo de comunicação e transmissão que se dá não apenas pelas

⁵ A crise da verdade manifesta-se no interior da fotografia documental, destruindo seus valores fundamentais e distorcendo seus limites. A imagem não remete mais de maneira direta e unívoca à coisa, mas a uma outra imagem; ela se inscreve em uma série, sem origem definida, na cadeia interminável das cópias. O mundo dissolve-se dentro dessas séries infinitas. Instala-se a dúvida, e confundem-se os limites entre o verdadeiro e o falso (...). Ao contrário do que pode ser dito, a fotografia documental não teve como sua função principal representar o real, nem de torná-lo verdadeiro ou falso, mas de designá-lo, de ordenar o visual (Horn, 2012: 6).

fotografias-documentos, mas também por qualquer elemento da ordem visual, inclusive relacionado à fotografia-expressão, criando contradições e desmentindo a ilusão anteriormente proposta. Para Rouillé, a fotografia-expressão assume um caráter indireto. O site Big Picture, ao misturar imagens que podem ser consideradas por muitos de ordem direta (notícias instantâneas com a estética do testemunho) com outras de ordem indireta (ensaios, fotorreportagens etc.) desmistifica os clichês e propõe um novo método de reconhecimento da representação e parte para “jogos infinitos das interferências e das distâncias” (Rouillé, 2009: 159).

Sempre entendemos a fotografia como complemento da notícia escrita ou reportagem e a atenção dada ao *webfotojornalismo* só se baseava em pequenas imagens no layout dos sites, algumas com a possibilidade de serem um hiperlink para a mesma imagem em tamanho maior. A imagem não deixa de ter o seu passado impresso, ela ainda precisa de uma contextualização, uma regra do fotojornalismo que não leva em consideração o suporte, como afirma Buitoni (2009):

Ao analisarmos jornais na *web*, temos a impressão de que o panorama pós-tecnologia digital ainda não foi suficientemente assumido pelos formatos jornalísticos presentes na rede. Os modos de ver e de ler estão ainda muito próximos do que acontece no jornalismo impresso convencional (Buitoni, 2009: 223).

O site Big Picture apresenta um diferencial. As imagens sequenciadas provocam uma narrativa que acontece pela visão da publicação como um todo ou na junção de apenas algumas imagens. Apresentam notícias, fotorreportagens e ensaios, uma vez que as fotografias já aparecem na interface do site em tamanho grande também. Não temos como ignorar a plasticidade das imagens, que representa um dos modelos de utilização de fotografias digitais na internet e um caminho para as possibilidades do uso de fotografia nesse novo suporte.

O Big Picture tem a capacidade de mostrar que as imagens são representativas e que apelam para o prazer estético de forma a

confirmar que nenhuma imagem é isenta de ideologias e contradições. Nele, o processo jornalístico aparece por meio de fotografias que significam olhares que nos fazem desconfiar de uma possível encenação e que possuem milhares de simbologias a respeito de como a foto foi tirada, a posição do fotógrafo, o tipo de lente utilizada, o sentimento que se quis passar. Tudo é passível de dúvida, mas a representação muitas vezes alcança uma atmosfera singular para compor o que podemos chamar de imagens fotojornalísticas contemporâneas.

A capacidade de mutação das imagens hoje faz pensar numa complexidade imagética, uma vez que seu fluxo de produção envolve mutações em diversas ordens: fotografias, montagens, narrativas, interações etc.; processos que tornam as reflexões de Català (2005) fundamentais para o entendimento da representação na cultura atual. Para o pensador catalão, o cenário de produção de imagens equivale a uma cultura visual, pois as imagens se manifestam na forma de uma ecologia do visível.

316

O pesquisador procura distanciar o conceito de imagem do conceito de texto, dado que o fluxo temporal expressado pelas imagens compreende algo além da informação puramente verbal. Para Català (2005), a imagem é também produto da imaginação e os fenômenos da cultura visual vêm para unir o conceito de imagens ao conceito de texto, de modo a redefinilo:

O texto, evidentemente, qualifica e raciocina de forma mais poderosa e incisiva que quaisquer imagens, mas estas, em contrapartida, permitem uma imediata visualização das complexidades que os textos contém, e o faz de uma maneira que a disposição dura e linear da língua escrita se vê impossibilitada de administrar (exceto nos novos hipertextos, que, ao fim e depois, são em muitos sentidos um expoente a mais do exercício de conversação do texto em imagem que promove o computador). (Catalá, 2005: 69).

Desta maneira, ele concebe a noção de imagem complexa como aquela que privilegia operações estéticas características da subjeti-

vidade e da emoção, de modo a atentar para formas que não estejam relacionadas à mimese. Na epistemologia da imagem complexa, Català determina que a imagem tradicional esteja relacionada com a ciência e com a objetividade. Nestas, a imagem não provoca reflexão no observador passivo. A imagem tradicional é transparente, mimética, ilustrativa e espectral, o que mostra como, durante a história da imagem, esta sempre esteve relacionada com a objetividade e com o realismo. Essa visualidade científica na cultura visual, todavia, pode ser desmentida pela imagem complexa (Català, 2005).

A imagem complexa se relaciona com a arte e com a subjetividade, uma vez que ela é opaca e exige um olhar demorado. Além disso, Català a entende como positiva, reflexiva e interativa, pois a imagem complexa deve ser exposta e permitir ampliar a visão do observador ativo. A complexidade aparece na reflexão e na forma, o que o pesquisador chama de visualidade pós-científica.

*A imagem complexa,
diz Josep Català, se
relaciona com a arte e
com a subjetividade,
uma vez que ela é opaca
e exige um olhar
demorado*

317

Diante dessas constatações, pode-se dizer que este autor desenvolve um conceito epistemológico que tem como fundamento trazer interrogações acerca da imagem e como ela pode se tornar complexa. Partindo disso, há que se levar em consideração também a ação do observador e como ele investe o olhar sobre as imagens complexas. Este olhar ativo é chamado de “mirada”, resultado da articulação entre o olhar investido sobre a imagem e a imagem, ou seja, uma “mirada” complexa.

A complexidade visual pode ser encontrada em diversos produtos imagéticos e audiovisuais, especialmente quando o produto passa por alguma articulação que interfira no espaço e no tempo, e quando permite ao observador interagir com ele. A mistura de pro-

duto de origens diferentes (fotografias, vídeos, multimídia etc.) também pode ser um caminho para a complexidade visual, visto que os produtos ultrapassam os artifícios estéticos individuais, o que, por sua vez, estimula a produção de sentido.

O conceito de “imagem complexa” desenvolvido por Català ajuda a refletir sobre a capacidade do fotojornalismo e o seu processo representativo. Isso porque o autor propõe uma noção diferenciada de leitura do mundo por meio de imagens. Ele usa a noção de complexidade de Edgar Morin para mostrar que é possível investir o olhar sobre as imagens, de modo a perceber que elas possuem profundidade e são carregadas não só de objetividade, mas também de subjetividade. A simultaneidade com que vemos as imagens no mundo nos mostra que é necessário um processo de imersão para, somente assim, conseguirmos entendê-las completamente. Dessa forma, é possível pensar como as imagens estão presentes na construção de conhecimento.

318

Català (2011) abre o caminho pelo qual é preciso levar em consideração o conjunto de imagens, como elas se relacionam e transmitem intenções para outras imagens. Nessa “ecologia da imagem”, como ele diz, tudo está se inter-relacionando e os modos de percepção estão sendo alterados por causa dessa constelação imagética. A era da visão trouxe a diferença entre ver e olhar. O olhar se torna atento e descobridor dessas várias camadas e as imagens são fluidas, modernas e possuem, sem dúvida, diversas superfícies.

Considerar a ecologia da imagem é pensar principalmente na fotografia-expressão, pois enquanto a fotografia-documento possui o seu lugar no mundo das coisas, a fotografia-expressão atua sobre o conjunto de elementos que envolve os fatos jornalísticos, as redes digitais, as informações em tempo reais, a originalidade e criatividade daqueles que a produzem. A fotografia-expressão representa dialeticamente a razão e a emoção e se dá também pela possibilidade de articulação de diversas imagens, ou seja, pode se dar através de uma ecologia do visível. Isso não implica que a fotografia-documento não possa constituir também uma ecologia.

O conceito de fotografia-expressão cunhado por Rouillè (2009) está diretamente relacionado com o conceito de imagem complexa de Català (2005) pois, para ambos, a fotografia pode carregar ele-

mentos antes dispensados pela fotografia-documento, tais como a dimensão poética, a subjetividade do autor e a existência do Outro em relação ao dispositivo fotográfico. A fotografia-expressão e a imagem complexa contribuem para o processo de representação e as reflexões originadas a partir desses conceitos buscam o sentido da imagem e não a coisa a que ela se refere.

Ambos os estudiosos refletem sobre as estratégias visuais que são encontradas nas imagens atuais, estratégias que envolvem também as dimensões espacial e temporal e estão relacionadas com os processos mentais de reconhecimento e memória. Se aplicarmos esses conceitos ao fotojornalismo, aqui estudado, poderemos perceber que a utilização da imagem como forma de expressão e conotação contribui para a humanização do jornalismo, que, por sua vez, apreende a complexidade do fato divulgado.

4. As Cidades do *Big Picture*

319

A fotografia introduz, nas imagens, valores análogos àqueles que, por toda parte, estão transformando a vida e a sensibilidade dos habitantes das grandes cidades industriais. Um conjunto de convergências, de simultaneidades e de solidariedades silenciosas aproxima a dinâmica industrial, o desenvolvimento das cidades, a transformação dos modos de vida e das sensibilidades, os gostos artísticos e a fotografia. A fotografia contribuirá para a adaptação do domínio das imagens aos princípios da nova sociedade: durante o tempo em que lhe for possível dar conta desse papel de intercessora, ela vai beneficiar-se do *status* do documento (Rouillé, 2009: 45).

A fotografia é um campo de reflexão sobre as cidades que assimila diferentes domínios do conhecimento e, a um só tempo, permite perceber, registrar, exhibir e guardar o mundo de uma forma diferenciada. A fotografia não é somente uma técnica inovadora, ela possui códigos associados a valores ideológicos. Pensamos aqui a imagem jornalística dentro da comunicação como um su-

porte cognitivo que reconhece as transformações dos espaços envolvendo a percepção do indivíduo e como o indivíduo é nela retratado. Desse modo, podemos discutir a nova experiência de percepção das cidades e de seus comportamentos através da imagem fotográfica no site Big Picture.

Algumas publicações do *fotoblog*, como as que serão apresentadas a seguir, são unidas para formar o que chamamos de ensaio fotográfico. Chamamos de ensaio modelos de publicações que constituem painéis, pois não formam efetivamente uma notícia, ou seja, uma publicação que é formada a partir de diversas fotografias que não coincidem com uma notícia ou com o dia do registro e temática. Em alguns casos cada fotografia se refere a uma notícia, em outros, como o *Scenes from Rio de Janeiro*, analisado nesse artigo, percebe-se o desenvolvimento de um retrato, de representações, ou seja, de um painel sobre determinado local. Os ensaios são tentativas de representações mais diversificadas que não atendem às grandes notícias veiculadas nos outros meios de comunicação. Além disso, trazem, em alguns casos, a diversificação de olhares, pois cada fotografia pode pertencer a um diferente autor. O papel do editor é fundamental para a reunião dessas fotografias sob um único guarda-chuva e, portanto, ele também atua como criador, como o fotógrafo.

320

No fotojornalismo do Big Picture a fotografia está constantemente revestida de valores, principalmente por causa da edição, mas existem os valores simbólicos que nos fazem perceber como se dá a representação das cidades e das pessoas nesse ambiente. Nas fotografias do Big Picture é possível perceber como se dá o fotojornalismo que tem como temática as cidades: o anonimato nas metrópoles, a fotografia entendida como espelho do “outro” e também, dialeticamente, imagens que demonstram certa fascinação pelo ser humano em detrimento do entorno (retratos).

Mas o essencial está além; a fotografia só vê na cidade o cenário do poder: os monumentos que o fixam no passado, e as grandes obras urbanas que o projetam no futuro. Mas os homens, os operários, os contramestres, os transeuntes, os flanadores etc., mesmo parados, estão ausentes, ou quase, das fotografias. A cidade é um palco

AS CIDADES DO BIG PICTURE

sem atores. É no momento em que o progresso da industrialização e da urbanização já haviam transformado profundamente Paris que Eugène Atget se coloca em uma longa e patética perambulação, a fim de registrar metodicamente tudo “aquilo que vai desaparecer”: portas, vitrines, fachadas e escadas e edifícios, pequenas profissões etc. O isolamento, tão característico de suas imagens, faz lembrar, como já foi dito, as imagens de uma “cena de crime”. Mas, se há assassinato, é o do “velho” pelo novo (Rouillé, 2009: 45-46).

No fotojornalismo a constituição das cidades se dá porque ela é o palco dos acontecimentos, que, por sua vez, podem ter pessoas como protagonistas. Da mesma forma, é importante mostrar o desenvolvimento das mesmas considerando sempre a atuação do homem. No Big Picture, as cidades podem ser percebidas como protagonistas e como pano de fundo. Identificamos no site diversos tipos de ensaios que se repetem ao longo dos anos e que desvendam as cidades e as pessoas, desde o seu estado mais puro e evidente como no *Earth Hour*, em que na maioria das fotografias a presença humana é ignorada porque não é explícita; a cidade é vista em sua imensidão e como aquilo que é iluminado pelas luzes artificiais.

321

Em outros ensaios as pessoas são incluídas em constatações e consequências do agrupamento de gente na cidade. Ou seja, explora-se o fato e as consequências da enorme quantidade de seres vivendo num espaço urbano. As imagens podem parecer mais ilustrativas nesse caso, já que a notícia é mais sucinta, mas diz muito sobre como as pessoas vivem nessas cidades.

Em casos como esse apela-se para uma narrativa menos evidente, mas mesmo assim podemos ver a construção de um personagem e de seu cotidiano na cidade. Além disso, analisando mais detidamente, esse tipo de ensaio constitui o que se pode chamar de a visão do outro, em que a ideia é narrar como são outras partes do mundo. O exotismo, portanto, está presente.

Em ensaios como *Scenes from...*, a proposta é basicamente a mesma, com a diferença de ter imagens menos “cotidianas” e mais representativas do local e das pessoas.

A CIDADE E A IMAGEM

322



Figura 1: Ensaio *World Population, where it's thick and where it's thin.*

Fonte: http://www.boston.com/bigpicture/2011/11/world_population_where_its_thi.html

AS CIDADES DO BIG PICTURE

• 218 comments

December 14, 2011

Homelessness around the world

Boston conducted its 33rd annual count of the city's homeless population earlier this week. According to the United Nations in 2009, there were an estimated 100 million homeless people in the world, and an additional 1.6 billion living without adequate housing. Here are some images of homelessness across the globe, collected from wire images this year. — [Lizal Young \(@lizesal\)](#)



Figura 2: Ensaio sobre os sem-teto ao redor do mundo.

Fonte: http://www.boston.com/bigpicture/2011/12/homelessness_around_the_world.html

Scenes from Kashmir

Kashmir is a scenic land of unspoiled beauty. A longstanding dispute over control of the region ensures that life for Kashmiris is anything but tranquil. Both India and Pakistan claim Kashmir, and a fortified Line of Control separates forces. China also administers part of the region. Two wars have been fought between Pakistan and India since borders were drawn in 1947, and the predominantly Muslim area chafes under Indian control. In August mass graves were disclosed that likely hold the bodies of "disappeared" civilians killed during insurgencies years ago. The disclosure was one of a series of incidents which keeps the region tense. The political dispute and attendant violence disturbs what should otherwise be a culturally rich and, locally beautiful idyll. Collected here are images from the last several months in Kashmir, a region of roughly twelve and a half million people. — Lane Turner (47 photos total)



Figura 3: Ensaio *Scenes from Kashmir*.
Fonte: http://www.boston.com/bigpicture/2011/10/scenes_from_kashmir.html

324

Percebemos o quanto as fotografias desses ensaios diferem da concepção mais simples acerca do fotojornalismo, o de ser instantâneo e imediato. Esses ensaios privilegiam a poética e a linguagem das imagens e, portanto, são constituídas de complexidade e expressão.

Por isso, a adequação de discutir o ensaio *Scenes from Rio de Janeiro*, publicado no dia 27 de agosto de 2008. Ele se relaciona com uma temática comum do *fotoblog*, como já foi dito. Existe a tentativa de mostrar como é o cotidiano em diferentes partes do mundo, com a intenção de dar visibilidade a esses lugares sem que eles estejam, necessariamente, relacionados com algum acontecimento. O fotojornalismo aqui age com algo maior do que as fotografias instantâneas; e a edição opera na construção de uma mensagem visual além daquelas programadas pelos grandes jornais. Atualmente, podemos observar essas edições em outros *fotoblogs* ou grandes portais de notícias sob os títulos “Cotidiano”, “Imagens do dia” etc. Porém, no Big Picture, as fotografias não são necessariamente de um mesmo dia, como ocorre nos ensaios chamados “*Daily Life...*”.

AS CIDADES DO BIG PICTURE

Vejamos o *printscreen* do ensaio *Scenes from Rio de Janeiro*.

A recent large-scale project by the photographer named JR has focused attention on women – relatives of victims of violence – by displaying their large portraits in one of Rio de Janeiro’s hardest hit neighborhoods. Though Rio is blessed with natural beauty and climate, it still struggles with large disparities between rich and poor, and many of the six million residents reside in hillside slums called favelas. Here are some views of Rio de Janeiro over the past few months.



325

Figuras 4 e 5: Printscreen *Scenes from Rio de Janeiro* publicado no dia 27 de agosto de 2008.

Fonte: http://www.boston.com/bigpicture/2008/08/scenes_from_rio_de_janeiro.html



326

Figuras 6 e 7: Printscreen *Scenes from Rio de Janeiro* publicado no dia 27 de agosto de 2008.

Fonte: http://www.boston.com/bigpicture/2008/08/scenes_from_rio_de_janeiro.html

A cidade é o local do cotidiano, do agrupamento de diferentes tipos e grupos sociais. É palco para os mais diversos eventos que vão desde uma importante partida de futebol, passando pela saída do trabalho, por uma festa popular, um desfile de moda, uma operação policial na favela e pela beleza turística da cidade típica de um cartão postal.

Esse ensaio é diferente por reunir diversas cenas ou pequenas notícias ou notas, representadas pelas fotografias e suas legendas, numa abordagem maior, com a intenção de resumir diversos acontecimentos e informações (mesmo turísticas) num único espaço visual. A saturação ocorre, portanto, em diversos níveis, uma vez que somos bombardeados por diversas informações a respeito do Rio de Janeiro e do Brasil. Porém, essas informações são rasas e podem nos impelir ou não a pesquisar mais sobre algum evento que nos atraiu.

AS CIDADES DO BIG PICTURE

Num primeiro momento, as primeiras imagens parecem trazer mais uma representação estereotipada do Rio de Janeiro, com a presença principal da favela. Essa ideia é válida se não pensarmos nas imagens estampadas, na intervenção artística nos muros e nas casas, mostrando que o Brasil também é o destino dos artistas de rua. A instalação registrada na fotografia pertence ao fotógrafo francês JR e sugere que o artista, ao colar imagens nas casas, se refere à cultura do local, pois as representações são de pessoas que poderiam facilmente ser moradoras do local. A intervenção artística produz na população local uma identificação representativa de modo a formar uma relação identitária.



327

Figura 8 e 9: Printscreens *Scenes from Rio de Janeiro* publicado no dia 27 de agosto de 2008.

Fonte: http://www.boston.com/bigpicture/2008/08/scenes_from_rio_de_janeiro.html

O futebol também é uma abordagem clichê do Brasil, uma vez que é a nossa “paixão nacional”. Apesar de a fotografia ser de dois meses anteriores à publicação do ensaio, acreditamos que os

editores acharam necessário inserir o futebol no contexto da cidade do Rio de Janeiro, de modo a mostrar que o esporte faz parte do cotidiano do carioca e, por extensão, do brasileiro.

A fotografia 7 ilustra a notícia relacionada com a grandeza da Petrobrás em números. Os trabalhadores devidamente uniformizados se movem na gigantesca plataforma, que segundo a legenda custou 850 milhões de dólares. Os funcionários andam todos praticamente na mesma direção e nos remete ao histórico filme dos irmãos Lumière retratando a saída dos trabalhadores de uma fábrica. Existe movimento nessa fotografia, todos estão trajados de forma similar e nenhum indivíduo é destacado. Isso porque, a notícia quer se referir ao grandioso empreendimento da Petrobrás (que ocupa grande parte da imagem) e os funcionários só estão ali para, de um lado humanizar a obra e, de outro, servirem como referência ao tamanho da estrutura.

328

A imagem fotográfica de número 8, a mais antiga do ensaio (17 de maio de 2008), é a única relacionada com festas populares. Na legenda há uma breve descrição da festa chamada Jongo Festival, que se refere ao legado deixados pelos escravos africanos. Apesar de ser um retrato, o indivíduo por trás da máscara é um mistério, seu rosto não importa e sim sua atuação no ritual. Esse festival é mais um exemplo da miscigenação brasileira e se torna uma interessante representação porque é pouco conhecido no Brasil e no exterior. A escolha dos editores foi primorosa pois deu voz a um ritual tipicamente brasileiro e pouco conhecido. Talvez tivesse sido mais fácil colocar uma imagem do carnaval do Rio de Janeiro, mas os editores optaram por enxergar as diferentes expressões populares do local.

As figuras 9 e 10 são outro exemplo dessa fotografia do cotidiano que não tem a intenção de explorar o exotismo de um país como o Brasil. Fotografias de modelos numa passarela de moda durante o Fashion Rio Spring Summer de 2009 mostram o lado glamuroso do Rio de Janeiro, ao contrário da leitura da foto anterior, que remete à favela, à pobreza. A modelo, cuja nacionalidade não sabemos, pode ser também uma brasileira. Apesar de não representar um estereótipo da mulher local desfila para uma estilista brasileira, Nana Carana. O retrato (fotografia 10) coloca a modelo

na quase centralidade da imagem e, por causa da pouca profundidade de campo, é o primeiro e único plano da imagem.

Voltamos para as favelas, dessa vez vistas de outro modo. Não mais como palco de expressão artística, mas como um local onde a violência está latente. Porém, um espaço em que a vigilância policial está presente traz a noção de segurança para aqueles que vêem a imagem. A legenda da fotografia 11, no entanto, mostra em números a quantidade de mortos nos conflitos entre o crime organizado e a polícia. Existe um tom de crítica, pois os policiais que mataram não serão punidos por tais atos.

O ensaio termina com imagens que poderiam ser de cartões-postais. A beleza promovida por elas é distorcida pelas informações na legenda da foto 14 que afirma ser o Rio de Janeiro uma das cidades mais caras do mundo. A imagem final é de tirar o fôlego ao mostrar o ícone mundialmente famoso do Cristo Redentor.

As imagens do ensaio *Scenes from Rio de Janeiro* demonstram a tentativa de retratar o cotidiano do Rio através de fotografias ecléticas que representam

tanto as classes mais baixas quanto as mais altas, provando a miscigenação e a mistura que existe no país, tanto em termos sociais quanto culturais. As formas simbólicas aqui resultam da seleção feita pelos editores do site de forma a provar uma pauta que não se refere diretamente a uma notícia,

mas que tem a intenção de ser leve, de ser um retrato da cidade. A mistura das imagens de imprensa (*fait divers*, natureza, turismo etc.) se baseia nessa tentativa, a de construir um painel representativo sobre o Rio de Janeiro.

O tom crítico de algumas legendas mostra a multiplicidade existente numa cidade imensa como o Rio de Janeiro, provando que ela pode ser visualmente bonita, mas que existem contradições como em qualquer grande cidade.

O tom crítico de certas legendas mostra a multiplicidade de uma cidade como o Rio: visualmente bela, tem as contradições de qualquer grande cidade

Apesar da fotografia no início de sua utilização ignorar a cidade e as pessoas nela presentes, percebe-se que as agitações urbanas se tornaram alvo da representação. A cidade prevê multidões e agrupamentos de pessoas, características tão perceptíveis nas representações modernas. Antes, a fotografia não registrava pessoas por causa da lentidão tecnológica, hoje é possível perceber a cidade como local da presença constante de indivíduos convivendo com monumentos e estruturas que tornam a urbanidade tão característica das fotografias modernas.

330

Igualmente, fotografar uma cidade não se limita em reproduzir os prédios, os pedestres ou cenas de rua. A cidade existe materialmente, pode-se percorrer seu espaço, estudar o plano, admirar os edifícios. Mas essa cidade material só é acessível ao olhar, ou à fotografia, através de pontos e ângulos de tomada que são imateriais. Cada percurso na cidade desenvolve uma infinidade de visadas efêmeras, que se desfazem com o movimento, que mudam com as perspectivas, que variam com os pontos de vista. Imateriais, tais visadas não são coisas, não pertencem à cidade, mas ligam-se a ela para desacelerá-la, para colocá-la em variações infinitas. Uma mesma cidade (material) contém tantas cidades (virtuais) quantos forem os pontos de vista, as visadas, as perspectivas, os percursos. Os clichês fotográficos não são a reprodução de fragmentos da cidade material, mas atualizações (finitas) dessas cidades virtuais (infinitas). Menos registros do que desacelerações (Rouillé, 2009: 201).

A utilização de diferentes fotografias de diversos momentos espaciais e temporais, como neste painel *Scenes from Rio de Janeiro*, funda uma espécie de ecologia da imagem, em que as estruturas visuais se dão pela força da representação diversificada de um local. A cidade é um espaço em constante construção e suas características urbanas se tornam tão mutáveis quanto as pessoas que por

alí transitam. Resgatar os monumentos, os locais privilegiados pela preservação, na tentativa de compor uma história que seja reconhecida é importante, mas a representação da efemeridade de cenas cotidianas pode ser um espaço de apreciação imagética, pois se relaciona intimamente com a memória e com a imaginação.

5. Considerações Finais

A inserção dos meios de comunicação na internet provocou mudanças no processo de criação jornalística. Além disso, em tempo de banda larga, podemos perceber que a publicação de imagens não precisa ficar atrelada à interface fixa de um jornal impresso. A participação na produção fotojornalística começa a se desenvolver em diversos caminhos que vão desde a terceirização das fontes de notícias até a participação efetiva do público observador.

As notícias do Big Picture se aproximam de ensaios, pois estas formas intencionais de compor imagens, pela seleção e organização das fotografias, mostram que os editores do *fotoblog* buscam passar um sentido para seus leitores. A forma como são dispostas as imagens não é aleatória. Para além do caráter informativo, as imagens constroem um olhar subjetivo, uma visão narrativa dos fatos. Não é somente a intenção de noticiar que norteia o fotojornalismo, mas sim a busca de um equilíbrio entre elementos dessa linguagem, o estético, o informativo e o ideológico.

O ato de fotografar aliado ao processo editorial é determinante para a transmissão da mensagem visual. As etapas desta produção ressignificam o uso da imagem fotográfica para um só caminho: o de comunicar. O imediato e o instantâneo não precisam mais ser privilegiados, pois pode-se abrir uma porta para a experimentação; a compreensão fotográfica alcança o nível da sensibilidade e da narrativização, fazendo com que todos os elementos da construção fotojornalística se tornem importantes. O meio, os recursos utilizados, o conteúdo formal, a estética fotográfica e a observação formam, portanto, a base para a intenção primordial do fotojornalismo: contar histórias. E as cidades, certamente são palco e protagonistas dessas histórias.

REFERÊNCIAS

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Editora Papyrus, 2004.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução**. In: BENJAMIN, W. et al. *Textos Escolhidos*. São Paulo: Abril Cultural, 1975. (Coleção Os Pensadores).

BIG PICTURE. Disponível em <<http://www.boston.com/bigpicture>>. Acesso em 2011 e 2012.

BUITONI, Dulcília H. S. **Imagens semoventes: fotografia e multimídia no webjornalismo**. Animus: revista interamericana de comunicação midiática. Universidade Federal de Santa Maria, v. VI, nº 1, p. 9-23, jan./jun. 2007.

332

_____. **Hipermídia, hiperlinguagem e imagem complexa no webjornalismo**. In: MARQUES, Ângela; COSTA, Caio Túlio, COSTA, Carlos; et al. **Esfera Pública, Redes e Jornalismo**. Rio de Janeiro: E-papers, 2009.

_____. **Fotografia e Jornalismo: a informação pela imagem**. São Paulo: Editora Saraiva, 2011.

_____. **Imagens Contemporâneas: complexidades e interfaces**. Revista Líbero. São Paulo, v. 15, n. 29, p. 71-80, jun. de 2012.

_____. **Em busca de complexidades imagéticas**. Trabalho apresentado no **GP Fotografia do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação**, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

CATALÀ, Josep M. **La Imagen Compleja**. Barcelona: UAB, 2005.

_____. **A Forma do Real: introdução aos estudos visuais**. São Paulo: Editora Summus, 2011.

AS CIDADES DO BIG PICTURE

HORN, Evelyse Lins. **Fotografia-Expressão**: a fotografia entre o documental e a arte contemporânea. Disponível em <http://www.poscom.ufc.br/arquivos/fotografia_express%E3o.pdf>. Acesso em novembro de 2012.

KOBRE, Kenneth. **Fotojornalismo**: uma abordagem profissional. Rio de Janeiro: Elsevier Editora LTDA, 2011.

ROUILLÉ, André. **A Fotografia**: entre documento e arte contemporânea. São Paulo: Editora Senac, 2009.



#INSTAMYOURCITY

PAISAGENS DIGITAIS

Janaíra Dantas da Silva França

1. Introdução

A ideia deste texto surgiu depois de um contato inicial com a mídia social Instagram, aplicativo desenvolvido em 2010 pelo brasileiro Mike Hrieger e pelo americano Kevin System. Aproveitando a tendência dos celulares com câmeras embutidas, seus idealizadores pensaram em um aplicativo “fácil” que ajudasse as pessoas a compartilhar suas experiências cotidianas sem a necessidade de uma máquina fotográfica para registrar imagens e um computador para publicá-las na Internet.

A proposta da mídia social é permitir que seus usuários publiquem imagens registradas por seus celulares, diretamente em seu perfil no Instagram no formato 4:3, mesmo padrão usado pela Kodak Instamatic e Polaroid¹, diferentemente do formato 3:2, padrão de imagens que são capturadas pelas máquinas fotográficas inseridas nos atuais celulares.

Falando especificamente sobre a estética da fotografia, Santaella (2007) afirma que a “estética” precedente não desaparece quando surgem novas tecnologias, elas vão somando, complementando-se e interconectando-se. Na visão de Manovich (2006), a fotografia se tornou um código representativo incrivelmente resistente que vem sobrevivendo a todas as ondas tecnológicas. E

¹ Modelos de câmeras fotográficas que possuem foco fixo e eram usadas por “amadores”.

para Berger (1999), cada vez que olhamos para uma fotografia, criamos a consciência de que o fotógrafo selecionou aquela “cena” entre tantas outras possibilidades. Atualmente, continuamos utilizando a fotografia para construir nossa visão de mundo e usamos as tecnologias a que temos acesso para tal atividade.

Inicialmente o aplicativo Instagram estava disponível apenas para usuários de smartphones do sistema Apple iOS; posteriormente, em abril de 2012, o serviço também se tornou disponível para usuários do sistema Android, totalizando na época 30 milhões de usuários. Neste mesmo período, o Facebook anunciou a compra do aplicativo por 1 bilhão de dólares.

O serviço de compartilhamento de fotos tem apenas dois anos de existência e já é encarado por especialistas como um ambiente digital que mescla compartilhamento de fotos, construção de redes de contatos e transações comerciais. Uma evolução um tanto rápida, para um aplicativo que partia apenas da premissa de permitir que usuários registrassem visualmente suas atividades e as publicassem. Estima-se que 90 milhões de pessoas estejam cadastradas no site, de acordo com portal de conteúdo Olhar Digital²; que 40 milhões de fotos sejam publicadas por dia; e a cada segundo, 8.500 “curtis” são dados nas imagens; 1000 comentários publicados; e 34 novas contas são criadas, dados divulgados pelo Tecmundo³.

A dinâmica de participação da mídia social é simples e não requer convite prévio, como era exigido inicialmente pelo Orkut, Facebook e Pinterest. Mesmo assim, estes sites de redes sociais baniram este requisito de acesso aos novos usuários. É necessário apenas preencher o cadastramento inicial: como o Instagram “conversa” com as demais mídias, ao criar um perfil no site, o usuário poderá usar uma conta que já dispunha anteriormente no Facebook, Twitter ou Google+. Com isso, várias etapas de preenchimento do cadastro são eliminadas e o usuário tem sua conta de acesso criada em alguns segundos.

² Disponível em: http://olhardigital.uol.com.br/jovem/redes_sociais/noticias/instagram-nega-queda-no-numero-de-usuarios.

³ Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/imagens//2012/4/infograficos/22095/infografico-tecmundo-220950.jpg?v=23> e em: <http://www.tecmundo.com.br/instagram/37951-o-que-os-filtros-do-instagram-dizem-sobre-voce-.htm>.

A interface inicial do Instagram permite que o usuário crie uma “página pessoal”, cujos itens personalizados incluem: nome do usuário, uma pequena descrição pessoal com a inclusão de #hashtags e url´s de sites pessoais ou institucionais e o mapa de fotos, recurso que possibilita que a imagem publicada seja vinculada a uma localização física. Além da publicação de fotos, cada usuário pode “seguir” outros perfis e também, ser “seguido” por pessoas com quem tenham contato direto ou não. Na imagem a seguir [Figura 1] é possível perceber que a interface inicial do Instagram é simples, considerando outras mídias já existentes e sua configuração visual é adequada a smartphones com tecnologia touch screen.



337

Figura 1: Interface da usuária do Instagram.

É comum que algumas contas possuam “alta visibilidade” pelas imagens publicadas ou pela história pessoal fora da mídia social: o cantor Justin Bieber e a cantora Lady Gaga lideram o ranking dos perfis mais seguidos dentro do Instagram, de acordo com o portal de notícias G1⁴.

É percebido neste cenário que articula cibercultura, ciberespaço, sites de redes sociais e mídias sociais, que personalidades e celebridades que possuem perfis de destaque em outras mídias, como Twitter e Facebook, tenham suas contas entre as mais populares em uma nova mídia, como no Instagram, havendo uma migração de fãs entre as mídias, sendo então replicadas às redes de contato.

Para reforçar sua presença no ambiente digital, o aplicativo migrou como página para um endereço de web⁵, lançando assim uma interface para navegadores como Internet Explorer e Google Chrome em fevereiro deste ano. Porém, o site é apenas para visualização [Figura 2], os recursos destinados à publicação de fotos continuam disponíveis apenas para acesso via smartphones e tablets, conforme podemos visualizar:

338

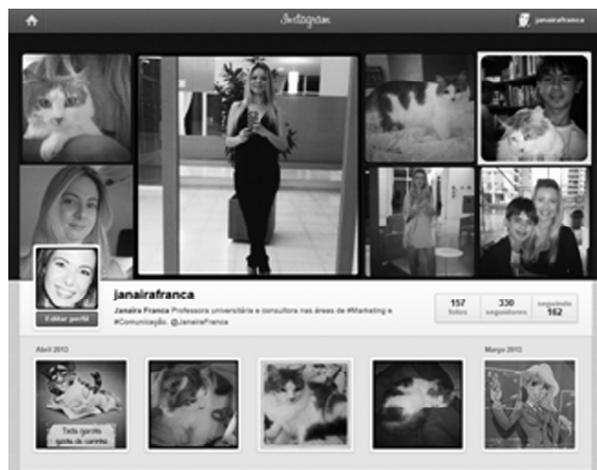


Figura 2: Perfil Instagram Web.

⁴ Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2013/01/justin-bieber-supera-lady-gaga-e-se-torna-idolo-mais-seguido-no-twitter.html>.

⁵ Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/02/instagram-lanca-versao-para-web-mas-so-para-visualizar-fotos.html>

É possível observar que a interface web mantém as mesmas características que a interface do aplicativo para celulares. Havendo apenas uma área maior de visualização das imagens publicadas. A página da mídia social na web é apenas para apresentar a galeria do usuário.

Sobre a publicação de imagens, há algumas características específicas que o Instagram possui. Cada imagem pode ser capturada diretamente pelo aplicativo, respeitando sempre o formato 4:3, já comentando antes ou pode ser “migrada” da galeria particular de imagens do celular do usuário, neste caso, todas as fotos são “adequadas” automaticamente ao formato 4:3. Antes de publicar a imagem, o usuário pode usar como recurso alguns dos filtros disponíveis no aplicativo.

Esses filtros são usados para personalizar ou dar destaque à imagem. São recursos de ajuste que transformam rapidamente cores, luzes e sombras das fotos. Alguns fotógrafos são contra essa prática e usam a #hashtag #nofilter para indicar que suas imagens não foram “manipuladas”, outros são otimistas em relação ao uso, conforme opinião de Taylor Davidson, fotógrafo e vice-presidente do fundo de investimento americano, KBS+, em reportagem publicada no Olhar Digital (2013): “Gostemos ou não da elevada utilização de filtros, é fato que eles são populares porque são fáceis de usar e sentimos que deixam nossas fotos melhores”. Relembrando Berger (1999), toda imagem é uma cena que foi recriada ou reproduzida pelo olho de quem a escolheu, incorporando a “forma de ver” dessa pessoa. Os filtros são, neste caso, apenas novas formas de ver ou “marcas” para recriar uma imagem já capturada pelo aparato tecnológico.

O uso de filtros é tão acentuado que o próprio Instagram desenvolveu uma análise sem rigor científico sobre os perfis de seus usuários e os filtros utilizados por eles nas imagens publicadas. O estudo, realizado como forma de conhecimento empírico, foi intitulado “What your Instagram Filter Says About You” e apresenta os 10 filtros mais utilizados pelos “fotógrafos” da mídia social. Além do uso dos filtros personalizados para a publicação da imagem, o Instagram possibilita que o usuário crie ou use #hashtags existentes para etiquetar suas imagens. Portanto, uma imagem pode receber várias #hashtags e aparecer em algumas buscas.

A #hashtag é um recurso tecnológico e também um código de linguagem do hipertexto que surgiu inicialmente no Twitter e o Instagram adaptou para sua mídia social. Além de etiquetar conteúdo, seja ele textual ou imagético, é usado para dar “visibilidade” e “projeção” às publicações. As possibilidades de uma foto com #hashtag receber comentários e “likes” é maior do que uma imagem sem uso desse recurso. A importância da #hashtag para organizar conteúdos dentro das mídias sócias é tão valorizada que até o Facebook estuda a possibilidade de incluí-la em sua plataforma. Até a preparação deste artigo, a plataforma de comunicação online ainda não a havia implementado. A **figura 3**, a seguir, mostra uma busca realizada com as seguintes #hashtags: #saopaulo (15.143 fotos encontradas); #sampa (202.383 fotos encontradas) e #sampacity (4.948 fotos encontradas).

340



Figura 3: Filtros de usuários e perfis de usuários.

Após essa breve apresentação sobre o Instagram e seus recursos tecnológicos para publicação e compartilhamento de imagens, desenvolveremos uma análise sobre os diversos bancos de imagens disponíveis na plataforma on-line, alimentados diariamente pelos próprios usuários.

Dentre tantos bancos de imagens, os relacionados a paisagens urbanas ganham atenção especial nesta pesquisa, visto que em um ambiente onde fronteiras geográficas são eliminadas pelas novas práticas comunicacionais permitidas pelas tecnológicas móveis, seria “curioso” encontrar “espaços digitais” dedicados a delimitar visualmente “espaços urbanos”, pelo constante registro de paisagens realizado por seus frequentadores – tanto moradores, como visitantes.

E nestes espaços digitais, o ensaio reflexivo se inicia e não há a pretensão de encerrar o tema que envolve mídias digitais, participação de seus usuários e imagens digitais, pois há apenas a premissa de começar algumas reflexões percebidas ao navegar pelo universo de imagens do Instagram, relacionando com os temas que envolvem a comunicação digital. A jornada começou com a #hashtag #InstamYourCity, não apenas como espaço digital de imagens urbanas, mas como fenômeno social de compartilhamento e cooperação entre usuários da mídia social.

341

2. #InstamYourCity: paisagens urbanas e cultura de participação

Clay Shirky, professor do Programa de Telecomunicações Interativas da Universidade de Nova York e autor do livro *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*, é um pensador que divide de forma otimista a contribuição positiva da internet e das novas tecnologias no processo comunicacional da atual sociedade. Junto com Pierre Lèvy e Henry Jenkins, acredita que o avanço da cultura digital transferiu para as pessoas comuns o poder informacional antes dominado pelos grandes grupos de comunicação. Somos todos agentes de comunicação. Transitamos entre produtores e consumidores de conteúdo digital: textual, hipertextual, audiovisual e/ou imagético.

Shirky (2011) chama a atenção para pesquisadores e entusiastas das novas tecnologias para o fato de que o enfoque excessivo nas ferramentas pode limitar nossa visão sobre o potencial das pessoas

ao se apropriarem as novas formas de mídia. Estamos nos esquecendo dos “usos sociais” e dos “desejos humanos” que motivam essa efetiva participação nas mídias digitais. O pensamento do professor americano é compartilhado por Charlene Li, pensadora contemporânea das mídias sociais, e Josh Bernoff, pesquisador da Forrester Research. Ambos escreveram o livro *Grounswell: fenômenos sociais nos negócios*, que traz reflexões sobre os impactos das novas tecnologias conectadas nas relações humanas e empresariais.

São as pessoas. E as pessoas com poder outorgado pela tecnologia nem sempre seguem juntas. A mídia não está organizada em pequenos retângulos chamados jornais, revistas e aparelhos de televisão. As pessoas se conectam com as outras e recebem poder delas (Li & Bernoff, 2012: 5).

342 Com um pouco mais de 40 anos de existência, a internet é vista pela autora como um ambiente comunicacional construído e reconfigurado conforme as formas de apropriação que as pessoas fazem. E a base dessa dinâmica, movida pelas novas práticas comunicacionais, é o compartilhamento.

A cultura do compartilhamento é tão antiga quanto os eventos sociais; compartilhávamos nossas histórias e tradições em encontros informais. De acordo com Shirky (2011), o atual compartilhamento de conteúdo digital é apenas um eco de nossa cultura anterior, com os novos suportes midiáticos; e quanto mais baratos e acessíveis forem, mais motivados a compartilhar ficaremos. Um exemplo positivo disso é a própria Wikipédia: embora seja questionada pela sua validade acadêmica, não há referência mais fácil de localizar uma informação sobre qualquer assunto. E também não há espaço mais democrático para que autores amadores e pesquisadores renomados dividam o mesmo espaço para a construção de conteúdo.

O uso de uma tecnologia social é formatado pelos seus recursos, mas a forma como nos apropriamos dela é que determina sua validade; e um dos objetivos é acessarmos uns aos outros. É certo que o compartilhamento de conteúdo nem sempre é produtivo, sites,

comunidades e diversas mídias sociais divulgam material que pode ser classificado como lixo digital. Mesmo assim, a potencialidade do compartilhamento não pode ser desprezada por seus exemplos ruins. A dicotomia entre qualidade do conteúdo publicado e liberdade digital será ainda alvo de discussão por muitos anos. O próprio Edgar Allan Poe já criticava a tipografia em 1845: em sua opinião, a imprensa iria “encher” as pessoas com livros irrelevantes. Um discurso tão hegemônico quanto a atual opinião de muitos críticos de mídias sociais.

O compartilhamento é uma forma de autoexpressão, que antes se apresentava pelas artes: pintura, desenho, poemas, música e posteriormente a fotografia, o vídeo, o áudio. Hoje, a autoexpressão acontece em ambientes digitais. Sites de redes sociais, blogs, fóruns e demais páginas da web são atrativas para seus usuários caso possibilitem a publicação de narrativas pessoais. Tudo está exposto, desde o nascimento de um bebê até um velório. Novamente levantam-se questões sobre as fronteiras aceitáveis do que é público e do que deveria permanecer na esfera do privado, e claro, uma nova discussão se põe mais adiante.

343

A própria dinâmica da Internet como espaço comunicacional não é algo coordenado, acontece em movimentos sociais cuja força motriz são as pessoas. São elas que alimentam individualmente seus interesses e conexões e, a partir de suas interações, decidem compartilhar. O que motiva o compartilhamento nas mídias sociais? Muitas são as variáveis que podem ser levantadas; optou-se neste texto, considerando o objeto de análise, as motivações mapeadas por Shirky (2011): a) motivações intrínsecas que envolvem o desejo de autonomia (o usuário decide o que fazer e como fazer) e o desejo de competência (se considerar bom no que faz); e b) motivações sociais ou extrínsecas, que giram em torno de dois grandes grupos – conexão e participação; e compartilhamento e generosidade. Resumindo, o que Shirky propõe é que a motivação por compartilhar é determinante para o “amador”, que vem do latim *amare*, aquele usuário que faz alguma coisa por amor e não por recompensa direta. A tecnologia apenas facilita esse processo.

Na era das velhas mídias, as motivações sociais eram menos relevantes, pelos os altos “custos de visibilidade”. Uma pessoa comum não tinha acesso para publicar conteúdo em nenhuma das

mídias tradicionais: rádio, televisão, jornais. Com o desenvolvimento das novas mídias comunicacionais, emergiu uma nova forma de visibilidade, a midiaticizada, segundo Thompson (2008). Para ele, que também adota uma visão otimista, essa visibilidade midiaticizada é moldada pelas propriedades distintivas das novas mídias, além dos aspectos sociais e técnicos, e pelas novas formas de interação.

O nascimento da Internet e de outras tecnologias digitais amplificou a importância das novas formas de visibilidade criadas pela mídia, e, ao mesmo tempo, tornou-as mais complexas. Elas aumentaram o fluxo de conteúdo nas redes de comunicação e permitiram que um número maior de indivíduos criasse e disseminasse esse tipo de conteúdo (Thompson, 2008: 23).

344

Essa nova visibilidade está livre das propriedades espaciais e temporais do “aqui” e “agora”: o conteúdo publicado pelos usuários das mídias sociais pode ser acessado por qualquer pessoa em qualquer tempo e em qualquer lugar do mundo conectado. As pessoas não precisam estar presentes no mesmo ambiente espaço-temporal para acompanhar outro usuário ou para acompanhar um acontecimento ou evento. Em 2013 tivemos a renúncia do Papa Bento XVI e a eleição do novo Papa Francisco. O Vaticano anunciou término do conclave usando a conta no Twitter @pontifex declarando: “Habemus papam Franciscum”. Essa mensagem chegou a 4 milhões de seguidores de acordo com dados divulgados pelo G1⁶.

A divulgação da notícia sobre o novo papa não ficou restrita aos grandes meios e ao Vaticano, as milhares de pessoas que acompanham o evento na Praça São Pedro, munidas de seus aparatos conectados à Internet, também participaram deste momento histórico, produzindo conteúdo próprio sobre o mesmo fato. E esse conteúdo textual e imagético foi multiplicado para suas redes de contatos dentro e fora dos sites de redes sociais. Impressionante perceber isso na imagem⁷ a seguir:

⁶ Disponível em: <http://g1.globo.com/mundo/novo-papa-francisco/noticia/2013/03/conta-do-papa-no-twitter-se-aproxima-de-4-milhoes-de-seguidores.html>.

⁷ Disponível em: <http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/03/14/imagens-mostram-evolucao-tecnologica-da-morte-de-joao-paulo-2-a-escolha-do-papa-francisco.htm>

Uma imagem pode ultrapassar aquilo a que inicialmente se propunha a representar, construindo uma concepção histórica de um fato ou acontecimento e nos permite compartilhar da “experiência do artista” que fez o registro e da sua visão sobre o “visível” (Berger, 1999). É impossível não se sentir impactado ou até mesmo espacialmente deslocado com a imagem anterior [Figura 4].



Figura 4: Usuários de mídias sociais no Vaticano.

Seja por motivações intrínsecas de autonomia ou competência, seja por motivações sociais que envolvem conexão e participação ou compartilhamento e generosidade, a verdade é que usamos as mídias sociais para compartilhar, para produzir e multiplicar conteúdo com a “nossa cara” e a “nossa experiência”. A interação possibilitada pelas novas plataformas de comunicação online cria um tipo de “situação social em que os indivíduos realizam trocas simbólicas” (Thompson, 2008: 19). Santaella apresenta uma visão interessante sobre as novas práticas comunicacionais da atualidade; para a pesquisadora, estamos lidando com espaços ubíquos, descritos como:

Espaços hiperconectados, espaços de hiperlugares, múltiplos espaços em um mesmo espaço, que desafiam os sentidos de localização, permanência e duração. São espaços povoados por mentes multiconectadas e, por consequência, coletivas, compondo inteligências fluidas (Santaella, 2010: 18).

Para a autora, há dois termos importantes que devem ser considerados quando tentamos entender a complexidade que envolve o contexto da comunicação e interação on-line: a ubiquidade e a

onipresença. A ubiquidade envolve a relação entre comunicação e deslocamento, ou seja, o usuário comunica-se durante seu deslocamento físico. Já a onipresença permite que o usuário realize suas atividades cotidianas como trabalhar, responder e-mails, acessar sites de redes sociais e produzir conteúdo para ser compartilhado mesmo estando em outros lugares (Santaella, 2010).

Não é difícil visualizar os conceitos de ubiquidade e onipresença na estrutura de mídia social analisada aqui: o Instagram é um aplicativo para *smartphones*. A proposta é que o usuário registre visualmente suas atividades e as publique, em qualquer lugar e em qualquer período de tempo. As ofertas gratuitas de conexão wifi por muitos estabelecimentos e instituições e os pacotes de dados ofertados pelas operadoras de telefonia celular facilitam a mobilidade do usuário. Não estamos mais presos ao nosso *desktop* e nem a nossa mesa de trabalho. Levamos tudo conosco, em dispositivos cada vez menores, e tablets e celulares assumem funções de computadores pessoais e, muitas vezes, com o mesmo poder de processamento de informação.

346

Os espaços “híbridos” combinam o físico e o digital em um ambiente social, criado pela ubiquidade e onipresença dos usuários de Internet e de sites de redes sociais. Eles ocorrem quando o usuário não precisa “sair” de seu espaço físico para entrar em contato com ambientes digitais. Souza e Silva (2006) afirmam que a emergência da portabilidade permitiu que o usuários fiquem constantemente conectados a espaços híbridos e literalmente carreguem a Internet com eles.

O site MapStagram⁸ é dedicado a registrar alguns desses espaços híbridos: os usuários do Instagram se conectam ao site usando a mesma conta para que o software on-line “mapeie” as fotos que foram publicadas nos perfis que autorizaram a sincronização de dados. As fotos são publicadas em tempo real, conforme informações do site, apenas se o usuário do Instagram informa a localização da imagem, conforme descrito na primeira parte deste texto. Podemos observar a representação visual dos espaços híbridos na imagem a seguir, no momento do registro visual, apenas imagens publicadas nas cidades de San Francisco, Houston, Nova York e Toronto foram captadas.

⁸ Disponível em: <http://www.mapstagram.com/>.



Figura 5: Mapstagram.

Passamos, a partir dessas reflexões, à análise das paisagens urbanas digitais publicadas como “imagens” pelos usuários do Instagram. Na visão de Berger (1999), quando vemos uma “paisagem”, nos situamos nela. As fotografias publicadas pelos usuários chamaram a atenção dos organizadores do evento mundial itinerante chamado de Social Media Week⁹, que segundo seus organizadores tem como objetivo central explorar o impacto social, cultural e econômico das mídias sociais no contexto empresarial. Em celebração ao sexto ano de existência dessa organização sem fins lucrativos, os idealizadores resolveram criar um concurso¹⁰ fotográfico em setembro de 2012.

347

Os usuários das plataformas de publicação de imagem como Instagram, Nokia Creative Studio, Lightbox, Hipster and StreamZoo foram estimulados a participar, enviando publicando as imagens sob a #hashtag #InstanYourCity #nome da cidade no Twitter, o que é possível, pois todos esses sites de redes sociais se conectam entre si.

As cidades participantes eram as mesmas que receberiam a edição simultânea do evento Social Media Week, num total de 14: Londres, Glasgow, Turim, Barcelona, Berlim, Doha, Jeddah, Hong Kong, Seul, São Paulo, Bogotá, Chicago, Los Angeles e Vancouver. As regras¹¹ eram muito simples: 1) a foto deveria ser capturada por qualquer smartphone, apresentando, na visão do fotógrafo, a singularidade de cada cidade; 2) adicionar um filtro que desse des-

⁹ Disponível em: <http://socialmediaweek.org/>.

¹⁰ Disponível em: <http://socialmediaweek.org/blog/2012/05/instagram-your-city-for-social-media-week-and-win-a-trip-across-the-world/#.UWx9YXa5fIV>.

¹¹ As regras completas podem ser consultadas aqui: <http://socialmediaweek.org/instagram-your-city/>.

taque à imagem, dentro os disponíveis na plataforma; e 3) etiquetar a foto e compartilhar via Twitter, conforme os requisitos já citados. Não havia limite de publicação por usuário e o prazo limite para a publicação da imagem foi 29 de junho de 2012.

As melhores imagens urbanas seriam selecionadas por uma equipe de jurados e o vencedor poderia viajar para qualquer cidade em que o evento estivesse acontecendo no período de 24 a 28 de setembro de 2012. Para Toby Daniel, fundador e diretor executivo do Social Media Week, o concurso fotográfico era uma celebração das belezas urbanas e também uma forma de ultrapassar as fronteiras geográficas e culturais pelas narrativas visuais construídas pelas próprias pessoas que residem ou que estavam presentes nas cidades escolhidas para serem representadas. Não havia prêmio em dinheiro e não foram divulgados números sobre a quantidade de fotos recebidas, mas estima-se que os jurados tenham trabalhado com milhões de imagens. E usuários do Instagram e de outras plataformas de publicação de imagens oficializaram reclamações no site do evento por sua cidade não participar do concurso.

348

Para apresentar as primeiras imagens escolhidas para participar da seleção final, os organizadores criaram galerias que foram intituladas de “Honorable Mentions”. Dessas. Chegou-se aos finalistas de cada cidade. **Figura 6: Cidades finalistas.**

A seguir, as paisagens urbanas que apresentaram maior potencial icônico e artístico, na visão dos jurados, que foram finalistas do concurso:



Figura 6: Cidades finalistas.

#INSTAMYOURCITY PAISAGENS DIGITAIS



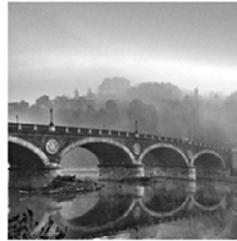
Glasgow from Trevor Lakey (@SyneDrum)



Sao Paulo from Luiz Di Bella (@dibella)



Bogota from Manuel Villamizar (@manuehllap)



Torino from Simone Mussat Sartor (@Simuss)



Jeddah from Qusay Fayoumi (@TheReal_Q)



Doha from Bassem (@Simba005)



Seoul from Jo Miller (@Hynalia)



Vancouver from Laurie Ilan (@_nowo)



Hong Kong from Tyson Wheatly (@twheat)



LA from Dan Goldman (@danielg200)

349

Figura 7: Cidades finalistas.

A CIDADE E A IMAGEM

Dentre as imagens finalistas, é perceptível que seus autores quiseram mostrar um espaço urbano com todas as suas minúcias: cores, formas, texturas, intervenções humanas. A beleza está na variedade de visões de uma imagem que migra do espaço físico para o espaço digital, tornando-se um espaço “híbrido” da cidade representada. A proposta não é discutir se o uso do filtro e a forma de captura da imagem realmente representam a cidade. É a realidade que foi registrada na visão do usuário. Manovich (2006), ao analisar as imagens contemporâneas, afirma que a atual paisagem visual não é constituída por fotografias “puras”, são mutações que passaram por vários filtros e ajustes manuais ou técnicos até adquirirem um *look* estilizado, formando o que o pesquisador das novas mídias chama de “hibridação visual”.

350



Figura 8: A imagem vencedora: Berlin from Björn Köcher (@bjoekoe).

A paisagem urbana vencedora tem uma poderosa mensagem de que o movimento global em direção a uma comunicação aberta e transparente tem raízes em acontecimentos históricos do passado. Ela foi tirada por Björn Kocher, e as palavras “O mundo é pequeno demais para paredes” são escritas em um pedaço remanescente do Muro de Berlim. Erguido em 1961 para separar o comunista controlado de Berlim Oriental da Berlim Ocidental, O Muro de Berlim simbolizou a separação e divisão, uma noção que nos serve como poderoso lembrete de quão longe viemos e importância da tecnologia e mídias sociais para ajudar a combater a opressão e injustiça.

As paisagens digitais criadas e recriadas e aqui representadas são possíveis não apenas pelos novos aparatos tecnológicos, mas também pela intenção de compartilhamento proporcionado pelos ambientes digitais, as mídias sociais. Antigamente, o que se via dependia de onde se estava e do quando: medidas de tempo e espaço eram determinantes para a vivência de um fato. Hoje, a arte imagética – a fotografia digital – está em poder de qualquer usuário da Internet. Estudiosos de imagens nos alertam que vivemos num contexto de linguagens visuais envoltas em novas práticas comunicacionais dos ambientes digitais.

351

Considerações finais

Ver antecede as palavras e estabelece nosso lugar no mundo, conforme descrito por Berger (1999). Tentamos explicar o mundo, os fenômenos sociais e as imagens com palavras, foi exatamente isso o que se fez neste ensaio. Transitando sobre temas diferentes tentou-se “tecer” um texto que significasse tantos elementos, as imagens, as paisagens urbanas, as mídias sociais e a cultura de participação.

Qualquer um desses elementos demanda mais discussões e reflexões para pesquisas e trabalhos, mas a proposta foi “sufurar” entre eles e relacioná-los ao olhar para o objeto em questão: as paisagens urbanas digitais. E quanto mais se analisavam as imagens e teorias, mais a autora percebia que este texto pode ser separado em partes e explorado individualmente. As considerações preliminares, porém, neste momento, são satisfatórias para apresentar uma visão inicial sobre o tema.

Com o advento da fotografia, ampliamos nossa “forma de ver” e não dependíamos mais de artistas do desenho e da pintura para registrar fatos, acontecimentos, pessoas ou paisagens. A popularização da máquina fotográfica e sua incorporação como recurso tecnológico nos aparelhos celulares só faz sentido para os usuários de Internet por termos uma cultura visual que precede a atual cultura digital. O registro imagético de pessoas, lugares e acontecimentos já faziam parte de nossa rotina.

352

Os usos sociais das mídias digitais e as novas formas de construção autônoma e individual de conteúdo para a web só consolidaram o desejo humano de compartilhar seus interesses na grande rede, a Internet. Os ambientes digitais são espaços atemporais e sem fronteiras para a troca e o compartilhamento simbólico e imagético. Cada usuário de mídias digitais escolhe com total liberdade o que deseja compartilhar e multiplicar entre seus contatos. São artistas e fotógrafos amadores de acontecimentos cotidianos e históricos, de paisagens de lugares que habitam ou visitam, numa dinâmica social em que seus agentes partilham do mesmo código de linguagem e das mesmas formas cognição.

As paisagens urbanas digitais são registros de espaços físicos que perdem suas fronteiras nos ambientes digitais e tornam-se espaços de interação e troca simbólica. As imagens criadas e recriadas são frutos de uma “forma” muito particular de ver de seus autores. Elas tentam situar o leitor deste tipo de conteúdo imagético em um espaço híbrido, onde físico e virtual se fundem para promover uma “experiência”.

Essa dinâmica social de compartilhamento é algo que pode ser motivada pela cultura de participação, resultante das conexões e interações que as novas práticas comunicacionais permitem, cujos elementos da ubiquidade e onipresença se tornam importantes. Não estamos mais “presos” a um espaço ou aparato tecnológico imóvel, estamos transitando nos ambientes híbridos e partilhando de nossos interesses e de nossas cidades digitais.

REFERÊNCIAS

Agência RS. As faces do Instagram. Disponível em: < <http://www.agenciars.com.br/blog/as-faces-do-instagram/#> >. Acesso em março de 2013.

BERGER, John. **Modos de ver**. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 1999.

G1. Entenda a curta história do Instagram, comprado pelo Facebook. Disponível em: < <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/04/entenda-curta-historia-do-instagram-comprado-pelo-facebook.html> >. Acesso em março de 2013.

LI, Charlene & BERNOFF, Josh. **Groundswell: fenômenos sociais nos negócios**. Rio de Janeiro: Campus Elsevier: 2012.

MANOVICH, Lev. **The shape of information**. Disponível em: < <https://www.manovich.net> >. Acesso em janeiro de 2010.

OLHAR DIGITAL. O que os filtros do Instagram dizem sobre a fotografia digital? Disponível em: <http://olhardigital.uol.com.br/produtos/mobilidade/noticias/o-que-os-filtros-do-instagram-dizem-sobre-a-fotografia-digital> >. Acesso em março de 2013.

SANTAELLA, Lucia. **A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade e ubiquidade**. São Paulo: Paulus, 2010.

_____. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SHIRKY, Clay. **Cultura da participação: Criatividade de generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2011.

SOUZA e SILVA, Adriana. “Do ciber ao híbrido: tecnologias móveis como interfaces dos espaços híbridos”. In: ARAÚJO, Denize Correa de (Ed.) **Imagem e realidade. Comunicação e cibermídia**. Porto Alegre: Sulina, 2006, págs. 21-51.

A CIDADE E A IMAGEM

Storify. Origem do Instagram. Disponível em: < <http://storify.com/nataliaberaldi5/fotografia> >. Acesso em abril de 2013.

THOMPSON. John B. “A nova visibilidade”. **Revista Matrizes**. Número 2, páginas 15-38, 2 de abril de 2008.

AS BIOGRAFIAS DOS AUTORES



Anna Letícia Pereira de Carvalho

Professora dos cursos de Produção Audiovisual e Sistemas para Internet no Grupo IBMEC Educacional-Metrocamp, onde leciona as disciplinas Criação e Produção Digital, Edição de TV, Vídeo e Multimídia, Projeto Interdisciplinar e Comunicação Visual para Web. Aluna Especial da disciplina Tecnoimagética:

produção e circulação da imagem na comunicação contemporânea, no Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade Estadual de São Paulo. Mestre em Comunicação na linha de pesquisa Produtos Midiáticos: Jornalismo e Entretenimento pela Faculdade Cásper Líbero, cuja dissertação “O Fotojornalismo do Big Picture: notícias contadas por fotografias”, teve apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP). Especialista em Fotografia pela Universidade Estadual de Londrina (UEL) e graduada em Comunicação Social com habilitação em Midialogia pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), com bolsa de iniciação científica PIBIC/CNPq. É integrante desde 2011 do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura Visual da Faculdade Cásper Líbero.

Currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/5235534677157969>.
annaleticia@gmail.com

355



Carlos Roberto da Costa

Licenciado em filosofia e bacharel em teologia, é jornalista formado pela Cásper Líbero. Paranaense de Londrina, 64 anos, é mestre e doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Dirigiu as revistas *Playboy*, *Elle* e *Quatro Rodas*, da Editora Abril. Editou a revista *Ensino Superior* e criou as revistas *Negócios da Comunicação* (Editora Segmento), *Getúlio* (para o *GVlaw*, da FGV) e *Diálogos&Debates*, da Escola Paulista da Magistratura, do Tribunal de Justiça de São Paulo. É professor de História da Comunicação e coordenador do Curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, compondo também o corpo docente do programa de pós-graduação lato sensu. Na Cásper Líbero, editou as revistas *Líbero*, *Esquinas* e *Cásper*. Publicou o livro *A revista no Brasil do século XIX: a história da formação das publicações, do leitor e da identidade do brasileiro*, tema de seu doutorado (Editora Alameda, São Paulo, 2012, 456 páginas). Faz atualmente pós-doutorado em Letras (FFLCH-USP), com supervisão do prof. Dr. João Roberto Faria: uma pesquisa sobre a obra do pioneiro Manuel de Araújo Porto Alegre (1806-1879), introdutor do romantismo e da caricatura no Brasil.

Currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/2319495281449898>
 ccosta@casperlibero.edu.br



Dulcilia Helena Schroeder Buitoni

Doutora em Letras pela Universidade de São Paulo (1980), é formada em Direito e em Jornalismo pela USP. É mestre em Letras e livre-docente e titular em Jornalismo também pela USP. Lidera o Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura Visual, do CNPq (2006), sendo responsável pelos Projetos de Pesquisa Estudos Visuais em Jornalismo: Cidade e Imagem na Mídia; Comunicação e cultura visual: passados visuais e audiovisuais, fotografia e

documentário; e *Cidades em Revista: Imagens Urbanas, Imagens Brasileiras – Elementos para Análise de Visualidades Jornalísticas*, do Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Foi professora da ECA-USP de 1972 a 2005 e professora visitante na Universidad Autònoma de Barcelona. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo e Editoração, atuando nos seguintes temas: narrativa jornalística, jornalismo audiovisual, jornalismo digital, imagem jornalística, fotografia, documentário, cultura visual, jornalismo de revista, jornalismo cultural, jornalismo e relações sociais de gênero, jornalismo e discurso pedagógico. É autora de livros, capítulos de livros e artigos científicos na área. Entre as principais obras encontram-se, *Imprensa feminina* (São Paulo: Ática, 1986), *Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira* (São Paulo: Summus, 2009) e *Fotografia e jornalismo: a informação pela imagem* (São Paulo: Saraiva, 2011).

Currículo lattes: <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizaev.do?id=K4783337T6>

357

Edna de Mello Silva

É jornalista diplomada e licenciada em Letras pela Universidade São Judas Tadeu (1993), com mestrado (2002) e doutorado (2007) em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. É professora-adjunta da Universidade Federal do Tocantins (UFT) e membro do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT). Integrou o Conselho Administrativo da SBPJor (gestão 2012-2013) e é coordenadora de sua Rede de Pesquisadores em Telejornalismo. É vice-coordenadora do GP de Telejornalismo da Intercom. **Liana Vidigal Rocha** é graduada em Comunicação Social-Jornalismo pela Universidade Federal do Espírito Santo (1996), com mestrado (2001) e doutorado (2006) em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. É professora-adjunta na UFT e lidera o Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT). **Sérgio Ricardo Soares Farias Silva**, graduado em Jornalismo (1991) é Mestre em Letras, área de concentração Teoria da (1998), pela Universidade Federal de Pernambuco. É professor assistente do curso de Jornalismo da UFT.



Eric de Carvalho

Doutorando na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, na área de Estudo dos Meios e da Produção Mediática, seguindo a linha de pesquisa de Consumo e Usos Midiáticos nas Práticas Sociais. Possui graduação em Comunicação Social pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (1997) e mestrado em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero (2010). Atuou como supervisor regional de trade marketing nas Havaianas (São Paulo Alpargatas - 2008-2010), supervisor de marketing da YKK Brasil (2006-2008), coordenador de marketing da Matte Leão (Leão Jr - 2002-2006), analista de marketing da Budweiser Brasil (Cervejaria Antártica 1996-1997) e foi sócio-proprietário da agência de comunicação Set Brain Comunicação (1998-2002). Atualmente é professor do curso de pós-graduação de Marketing e Comunicação Publicitária da Faculdade Cásper Líbero e de Marketing da Universidade de Tocantins e leciona também nos cursos de publicidade e propaganda das faculdades Cásper Líbero e Belas Artes e Centro Universitário FECAP, atuando principalmente nos seguintes temas: consumo, cultura, comunicação, identidade, imagem e publicidade.

Currículo lattes: <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4425529E1>
ericdecarvalho@ig.com.br

358



Fabíola Tarapanoff

Professora dos cursos de Comunicação Social do FIAM-FAAM Centro Universitário, em que leciona as disciplinas Informação e Formação de Opinião, Teoria da Opinião Pública, Linguagens e Estruturas do Discurso e Cultura, Comunicação e Mídia. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* - Área de Concentração: Processos Comunicacionais - Linha de Pesquisa: Comunicação Midiática nas Interações Sociais na Universidade Metodista

de São Paulo (UMESP). Sua tese aborda sobre a questão das representações dos jornalistas no cinema e suas apropriações pelos que se iniciam na carreira. Foi pesquisadora visitante na University of California, Los Angeles (UCLA) e bolsista do Programa Doutorado-Sanduíche no Exterior (PDSE) pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) em 2013. Mestre em Comunicação Social (Produtos Midiáticos – Linha de Pesquisa: Jornalismo e Entretenimento) e especialista em Comunicação Jornalística pela Faculdade Cásper Líbero (FCL), é integrante desde 2010 do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura Visual da mesma instituição.

Currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/011086358803492>



Janaína Dantas S. França

Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero (SP), foi aluna especial no Doutorado em Comunicação na Universidade de São Paulo (SP) na disciplina: Comunicação e redes na era digital. Pós-graduada em Gestão de Marketing pelo ICPG (SC) e Bacharel em Administração de Empresas pela Uniasselvi (SC).

Atualmente é Coordenadora do curso de pós-graduação em Gestão da Comunicação em Mídias Digitais no SENAC em São José dos Campos (SP), e docente nas disciplinas de: Comportamento do Consumidor Digital e Gestão do Conteúdo Digital. Professora nos cursos de pós-graduação e graduação da Fundação Getúlio Vargas (RJ e SP), lecionando as disciplinas: Estratégia Empresarial, Gestão de Marketing, Marketing de Varejo, Trade Marketing, Marketing de Serviços, Comportamento do Consumidor, Estratégia de Marketing e Planejamento de Marketing, professora convidada no curso de pós-graduação em Comunicação Estratégica e Relações Públicas na USP (SP) e professora na UNIFIEO no curso de Publicidade e Propaganda nas disciplinas de Comunicação Digital, Economia e Interface Homem Máquina.

Currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/5485083069058320>

Janaira.franca@terra.com.br



Josep M. Català Domenech

Catedrático de Comunicação Audiovisual e doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade Autônoma de Barcelona (UAB), é licenciado em História Moderna e Contemporânea pela Universidade de Barcelona e mestre em Teoria do Cinema pela San Francisco State University da Califórnia. Foi professor da

Faculdade de Ciências da Comunicação da Universidade Autônoma de Guadalajara, no México, e instrutor do Departamento de Cinema da San Francisco State University. Realizou diversos projetos em diferentes canais de TV espanhóis. Prêmio Fundesco de Ensaio (1992) pelo livro *La violación de la mirada*; prêmio do XXVII Certame Literário da cidade de Irún (1966) pelo livro *Elogio de la paranoia*; e menção especial do júri do II Premio da Fundación Arte y Derecho por *Laberintos de pasión. El nuevo realismo melodramático*, publicado com o título de *Pasión y conocimiento* (2009). É ainda autor, entre outros, de *La puesta en imágenes: conceptos de dirección cinematográfica* (2001); *La imagen compleja* (2005); *La forma de lo real* (2008), publicado no Brasil com o título *A forma do real: introdução aos estudos visuais* (Summus, 2011); *La imagen interfaz. Representación audiovisual y conocimiento en la era de la complejidad* (2010) e *El murmullo de las imágenes* (2012). Diretor da Faculdade de Comunicação da UAB e do mestrado em Documentário Criativo da mesma instituição, leciona Narrativas Audiovisuais e a Estética da Imagem.

360



José Augusto Mendes Lobato

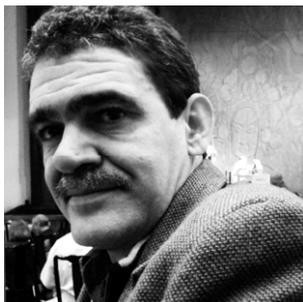
Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP) e mestre em Comunicação na Contemporaneidade pela Faculdade Cásper Líbero (FCL), é jornalista profissional, graduado pela Universidade da Amazônia (Unama). Pesquisa, atualmente, a construção de representações de

BIOGRAFIAS DOS AUTORES

alteridade na narrativa televisiva, tendo como objetos de estudo o telejornalismo de grande reportagem e a ficção seriada; porém, também desenvolve trabalhos que abordam a linguagem fotográfica e os processos narrativos no âmbito do audiovisual em geral, tendo como referências principais as ciências da linguagem e os estudos culturais e de recepção. Integrante do Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas (MidiAto), da ECA/USP, é coautor dos livros *Comunicação em cena* (2013), *Processos e Produtos Midiáticos* (2010) e *Comunicação, Jornalismo e Compreensão* (2010). No campo profissional, atua como consultor de conteúdo (editor) na agência Report Sustentabilidade, especializada em comunicação corporativa voltada a temas socioambientais, e já atuou por três anos em redação de jornal diário.

E-mail: gutomlobato@usp.br / gutomlobato@gmail.com.

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8321743152267223>



José Geraldo de Oliveira

Mineiro natural de Viçosa, sempre trabalhou ligado à área de documentário, vídeos de treinamentos para a área de educação, além de trabalhos de comunicação corporativa para empresas como Usiminas ou Detran de Minas Gerais. Formado em Publicidade e Propaganda pela Unisa (Universidade Santo Amaro)

é mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, onde defendeu, em 2012, a pesquisa “Grafitecidade e visão travelar, comunicação visual e transgressão na metrópole contemporânea”, sob orientação da professora Dr^a. Dulcília H. S. Buitoni. O trabalho completo pode ser encontrado no Portal da Comunicação, da Universidade Autônoma de Barcelona, http://www.portalcomunicacion.com/monograficos_det.asp?id=226.

Artista plástico e fotógrafo, tem diversos trabalhos publicados em revistas como *Cásper*, *Diálogos&Debates*, *GQ*, *Red*, *Viaje Mais*, *Prazeres da Mesa*, entre outras. Atualmente é professor nos cursos de Comunicação Social (Habilitações: Jornalismo, Rádio e TV, Publicidade e Jogos Digitais) do Centro Universitário FIAM-

361

FAAM e FMU. Leciona as disciplinas Teorias da Comunicação e Comunicação e Mídia.

Currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/5339133866531303>

Contato: zooliveira@uol.com.br



Lucrécia D'Alessio Ferrara

Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), é doutora em Literatura Brasileira pela Faculdade Sedes Sapientiae (PUC-SP) e livre-docente em Desenho Industrial pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAU-USP). Coordenou o Departamento de Artes da

Faculdade de Comunicação e Filosofia (PUC-SP) no período de 1967-1977 e o Programa de Pós Graduação em Teoria Literária (desde 1978, Comunicação e Semiótica) no período de 1970 a 1984 (PUC-SP). Foi representante da Área de Comunicação e Artes junto à Capes (1985-1987) e presidiu a Comissão de Pós-Graduação da FAU-USP no período de 1989 a 1991. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Espaço/Visualidade-Comunicação/Cultura credenciado junto ao CNPq, foi assessora da Capes, CNPq, Finep, Fapesp. Atual pesquisa sobre “Mediação e Interação: por uma arqueologia dos processos comunicativos”, desenvolvida com o apoio do CNPq, através de Bolsa de Produtividade Científica. Entre seus principais trabalhos publicados estão: *A Estratégia dos Signos* (Perspectiva, 1981), *Leitura sem Palavras* (Ática, 1986), *Ver-A- Cidade* (Nobel, 1988), *Olhar Periférico: informação, linguagem, percepção ambiental* (Edusp/Fapesp, 1993), *Os Significados Urbanos* (Edusp/Fapesp, 2000), *Design em Espaços* (São Paulo: Rosari, 2002), *Espaços Comunicantes* (São Paulo: Annablume, 2007, org.), *Comunicação Espaço Cultura* (São Paulo: Annablume, 2008), *Os Nomes da Comunicação* (São Paulo:Annablume, 2012), além de capítulos de livros e artigos publicados em periódicos científicos.

Currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/1606647058708790>



Sonia Maria Bibe Luyten

Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações da Universidade de São Paulo (ECA-USP), com tese sobre mangá, ali lecionou (1972-1984) criando o primeiro curso universitário de Histórias em Quadrinhos no Brasil. Foi professora convidada da Universidade de Estudos Estrangeiros de Osaka, de Tóquio e Tsukuba, no Japão, lecionando ainda na Universidade Real de Utrecht, Holanda, e na Universidade de Poitiers. Coordenou o curso de Pós-Graduação de Comunicação da Universidade Católica de Santos, ministrando uma disciplina sobre Histórias em Quadrinhos. Autora dos livros *Comunicação e Aculturação*, *Histórias em Quadrinhos – Leitura Crítica*; *O que é Histórias em Quadrinhos*; *Mangá, o poder dos quadrinhos japoneses*; e *Cultura Pop japonesa: animê e mangá*. Obteve vários prêmios por sua pesquisa em Quadrinhos como o *HQMIX* e o Mangacom (São Paulo), além do Prêmio Romano Calise, em Lucca Itália, e o Prêmio Ângelo Agostini. Recebeu ainda a Honraria do governo japonês pela atuação na divulgação e pesquisa da Cultura Pop Japonesa. Criou o primeiro núcleo de estudos sobre mangá no Brasil na década de 1970, na ECA-USP e presidiu o HQMIX. Atualmente preside a Federation of Cartoonists Organization-Brazil.

<http://lattes.cnpq.br/3523112773488026>

363



Sílvio Henrique V. Barbosa

Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, mestre em Filosofia e Teoria Geral do Direito pela Faculdade de Direito da USP, graduado em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero e em Direito pela PUC-SP. Professor Titular da Faculdade Cásper Líbero, lecionando as disciplinas de Ética e Legislação da Comunicação (RTV) e de Telejornalismo I e II (JO), professor do curso de Jornalismo da Escola Superior de Propaganda e Marketing

– ESPM (Documentário), e do curso de pós-graduação em comunicação da FMU (Produção Executiva e Gestão de Televisão). Integrante do grupo de pesquisa Comunicação e Cultura Visual (Cásper). É também consultor em media training e o jornalista responsável pelo boletim informativo da ONG VivaPacaembu por São Paulo. Foi editor chefe do telejornal Jornal da Gazeta (TV Gazeta/SP), editor chefe do telejornal Jornal da CBS, em Miami (TV CBS/EUA), editor executivo do Bom Dia Brasil (TV Globo), editor dos telejornais Hoje, SPTV e Jornal da Globo (TV Globo), editor do Jornal da Band (TV Bandeirantes), do Jornal da Record (TV Record), editor executivo e editor de internacional do Telejornalismo da TV Cultura, SP.

Cv:<http://lattes.cnpq.br/6189660393475038#ssthash.FJJ4Ywhh.dpuf>

