

(In)Comunicação, consumo e sociabilidade na cena urbana: breve reflexão a partir do cinema¹

Gisela G. S. Castro²

1 O presente artigo é uma deriva do trabalho apresentado pela autora no II COMUNICON, evento organizado pelo PPGCOM-ESPM, São Paulo, em 2012.

2 Psicóloga, doutora em comunicação e cultura (UFRJ), docente e pesquisadora do PPGCOM-ESPM, editora de *Comunicação, Mídia e Consumo*, conselheira ABCiber, coordena o GECCO (Grupo CNPq de Pesquisa em Entret., Com. e Cons.) e o GT Comunicação, Consumo, Entretenimento e Cultura Digital do COMUNICON. gcastro@espm.br.

Resumo

O trabalho examina a representação cinematográfica da mediação levada a cabo pelas tecnologias de informação e comunicação para refletir sobre as transformações nos vínculos sociais. Discute-se o estatuto da comunicação e da sociabilidade nas redes telemáticas que caracterizam as cidades no mundo contemporâneo, focalizando a (in) comunicação favorecida pela colonização das práticas e processos sociais pelas lógicas do mercado.

Palavras-chave

Comunicação e consumo, sociabilidade, cinema, cidades.

Abstract

This paper examines the way movies represent the mediation information and communication technologies in order to reflect upon the transformations in today's social bonds. The work discusses the status of communication and sociability in the digital social networks. It focuses on the non-communication favored by the colonization of social practices and processes by marketing strategies and logics.

Keywords

Communication and consumption, sociability, cinema, cities.

Existe uma saída para os que vivem nessas caixas...Ilegal, como toda rota de fuga. Em clara contravenção aos códigos...se abrem umas minúsculas, irregulares e irresponsáveis janelas que...iluminam a escuridão em que vivemos³.

Refletir sobre as transformações nos vínculos sociais nos dias de hoje envolve compreender os modos de subjetivação e modelos de sociabilidade que caracterizam o contexto social, econômico e político atual. Em obra já clássica e frequentemente citada entre nós, Néstor Garcia Canclini (2005) analisa o papel central desempenhado pelos meios de comunicação na modulação das práticas de consumo que caracterizam a vida cotidiana. Ao dissertar sobre as transformações socioculturais em curso, o autor propõe que se examinem os processos de reestruturação transnacional dos mercados e da comunicação, com destaque para as grandes cidades latino-americanas.

Tendo como plano de fundo as transformações socioculturais que experimentamos ao adentrarmos a segunda década deste (ainda) novo século, interessa mais especificamente aos objetivos deste artigo examinar a centralidade das lógicas do consumo, a comunicação mediada pelas tecnologias informacionais e seus desdobramentos na experiência pessoal e coletiva, notadamente nos conturbados centros urbanos⁴. Nestes ambientes, mobilidade, conveniência, celeridade e convergência engendram novas formas de viver e conviver. Destaca-se o papel desempenhado pelas lógicas do entretenimento e do consumo na estruturação das subjetividades e de seus modos de visibilidade e performatividade social.

Entende-se que o entretenimento pode ir muito além da diversão escapista e alienante. Como representação expressiva das tensões e contradições nas práticas socioculturais contemporâneas, o cinema convida ao deleite e também à reflexão. De fato, o espectador que se dispõe a compor sua sensibilidade

3 Trecho do roteiro do filme *Medianeras*, de Gustavo Taretto.

4 Não se está trabalhando com o conceito de cena para designar subculturas que se pretende estudar, como em "a cena rave", "a cena punk" etc. O título utiliza a expressão "cenas urbanas" em sua acepção mais ampla de modo a formar um jogo de palavras que alude à ideia de cena no cinema.

com o fluxo imagético na tela e imergir na narrativa ficcional do filme que está assistindo terá a oportunidade de interagir - e mesmo de desvelar - outras visões de mundo, vivenciando de um tipo de experiência que poderá levá-lo a pensar e atribuir sentido às questões de nosso tempo a partir de novas perspectivas.

Em livro que reúne uma série de apontamentos acerca das transformações culturais experimentadas em nossos dias, Beatriz Sarlo (2004, p. 60) salienta que, nas sociedades midiaticizadas, "a esfera da comunicação processa os dados da experiência, reforça-os ou os debilita, operando com ou contra eles". Devido a essa centralidade dos meios de comunicação na atualidade, parece oportuno examinar a representação cinematográfica da mediação levada a cabo pelas tecnologias de informação e comunicação para refletir sobre os laços estabelecidos nas redes infocomunicacionais que envolvem, como uma teia, o nosso mundo.

Em clássico texto sobre reificação e utopia na cultura de massas, Fredric Jameson (1999, p. 35) argumenta que obras culturais desempenham um importante papel ao contribuir para reacender o sentido utópico da coletividade "em meio a uma sociedade privatizada e psicologizada, obcecada pelas mercadorias e bombardeada pelos slogans ideológicos dos grandes negócios". A produção simbólica de nosso tempo expressa "nosso imaginário mais profundo sobre a vida social, tanto do modo como a vivemos agora, como naquele que - sentimos em nosso íntimo - deveria ser".

Sob a égide das ideias de F. Jameson e de B. Sarlo, além de outros autores que serão elencados mais adiante, toma-se aqui o cinema como elemento deflagrador dessa breve - porém, quiçá não menos relevante - discussão sobre o estatuto da comunicação e da sociabilidade nas redes telemáticas que caracterizam as cidades no mundo contemporâneo.

De modo mais específico, pretende-se discutir a partir de dois filmes de longa-metragem exibidos no grande circuito⁵ e posteriormente lançados em

5 Faz-se aqui um contraponto com o circuito mais restrito dos cineclubes, mostras, festivais etc.

vídeo conforme estratégia comumente utilizada pela indústria cinematográfica para ampliar a geração de receita, atingir outros segmentos de público⁶ e aumentar a penetração de suas produções no mercado mundial.

O mais antigo deles é uma película norte-americana dos anos 1990 que não chegou a angariar a simpatia, nem ficar na memória, da maior parte dos espectadores no Brasil. Este não é o caso do segundo filme que inspira essa reflexão. Sucesso de bilheteria e de crítica em nosso país, essa produção multinacional (Argentina/Espanha/Alemanha) recebeu, dentre outros, o prêmio de público nos Festivais de Gramado e de Berlim em 2011.

Entende-se que, cada uma a seu modo, as obras em questão permitem pensar sobre as transformações nos vínculos sociais e, portanto, na comunicação nos dias de hoje. Essa reflexão diz respeito aos novos modos de subjetivação e modelos de sociabilidade que caracterizam os estilos de vida nas nossas cidades.

A metrópole no cinema

Segundo Beatriz Sarlo (2004, p. 67), o cinema é “talvez a forma mais sensível ao espírito de uma época”. De fato, e tomando-se apenas o cinema argentino, é notório que há tempos tem sido muito bem sucedido em apresentar, de modo expressivo e envolvente, características da vida cotidiana e da personalidade de sua gente, bem como as transformações socioculturais em andamento. Sem desconsiderar a farta e importante filmografia dos já consagrados diretores portenhos da velha e da nova geração, *Medianeras*: Buenos Aires na era do amor digital, dirigido pelo estreante Gustavo Taretto, funciona aqui como ponto de partida.

Trata-se de uma comédia romântica cuja estética faz lembrar o universo publicitário⁷ e na qual a linguagem cinematográfica recorre à imagética da

6 Aqueles que, por diversas razões, não frequentam as salas de cinema, bem como os amantes da sétima arte e os colecionadores.

7 G. Taretto tem uma longa carreira como redator publicitário. De um modo geral, o trabalho dessas agências se

fotografia e das histórias em quadrinhos, enquanto mescla tratamento ficcional e documental para tecer uma narrativa envolvente. Trata-se, sobretudo, de uma fábula urbana revelada pelo prisma dos conturbados protagonistas e cujo texto primoroso se articula com impactantes tomadas da cidade.

O filme evoluiu de um projeto anterior do diretor: um premiado curta-metragem de mesmo nome. A película aborda com sensibilidade – porém de modo leve, como convém ao gênero – a questão da solidão e a busca de alternativas nos centros urbanos. Em *Medianeras*, jovens solitários e problemáticos se encerram em pequenos apartamentos destituídos de ventilação, ordem ou iluminação. Assim como são precárias as residências, também os vínculos interpessoais se mostram débeis, insatisfatórios e insuficientes. Por meio da transgressão, da resistência às condições impostas pelas regras da urbanidade vigente – esse estranho urbanismo que concebe como residenciais espaços a rigor insalubres – eles entram no fluxo intenso e aleatório dos encontros afetivos.

O gesto transgressor do arrombamento das respectivas empenas constitui uma linha de fuga para Martin (Javier Drolas) e Mariana (Pilar López de Ayala), desanuviando semblantes e ambientes. A sucessão de planos e os movimentos de câmera chamam a atenção para o fato de que as janelas clandestinas introduzem um elemento anárquico e jocoso nas colossais mensagens comerciais comumente penduradas no alto ou nas paredes laterais das fachadas⁸.

Durante a maior parte da trama os dois estão sós e claramente deprimidos. Nada está bem. Tem-se a impressão de estarem emperrados em um desconfortável modo de espera. Tentativas ocasionais e fortuitas de estabelecer contato físico com outros seres humanos resultam em tédio e melancolia.

À medida que a narrativa avança, diversas são as passagens nas quais se estabelece um contraponto – em alguns casos um jogo de complementaridade

caracteriza pela estética esmerada e limpa.

8 Ao menos em cidades onde a regulamentação coíbe a utilização do espaço urbano para a exibição de mensagens publicitárias, conforme a chamada Lei Cidade Limpa em vigor em São Paulo.

– entre interações no espaço urbano e no espaço informacional. Embora sejam vizinhos e tenham se cruzado diversas vezes na rua, os idiossincráticos personagens realizam seu primeiro contato num morno bate papo (*chat*) na *web*. Seguem um *script* convencional de perguntas padrão e respostas curtas, ocasionalmente adornadas com um toque de ironia. Curiosamente, o corte da energia elétrica na vizinhança interrompe esse arremedo de conversa às cegas. O encontro entre os dois somente começa a se tornar possível por meio do rompimento, a golpes de marreta, da cegueira a que pareciam estar condenados pela arquitetura de suas moradas.

(In)comunicação e a galáxia da internet

Buenos Aires é mostrada por meio do olhar terno, embora agudamente *crítico*, dos dois jovens fóbicos e solitários que formam o paradoxal par romântico da trama. Em espirituosos solilóquios que se alternam e se encaixam em boa dinâmica, cada um comenta sobre suas vidas, seus medos e angústias enquanto nos apresentam suas impressões sobre a cidade que, mais do que pano de fundo, também protagoniza o filme. Ao discutir a urbanidade multifacetada e problemática da metrópole, o filme indaga sobre até que ponto somos configurados pelos ambientes nos quais vivemos – e vice-versa.

Fotografar é uma estratégia no tratamento psiquiátrico do fóbico Martin. “Observar”, diz ele, “é estar sem estar”. Com a câmera na mão, o personagem parte em busca da beleza “onde ela não está”, enquanto tenta se reaproximar da sua cidade depois de um longo período no qual seu contato com o mundo exterior se restringiu às interações mediadas pela internet e pelo sistema *delivery*.

Logo na cena de abertura, enquanto se exhibe uma série de imagens que a retratam em ângulos pouco convencionais, a voz em *off* do personagem comenta sobre a estreita relação entre a paisagem urbana e a paisagem subjetiva.

(...) uma cidade que cresce descontrolada e imperfeita. uma cidade com uma superpopulada em um país deserto, uma cidade onde milhares de prédios são erguidos sem qualquer critério. provavelmente estas irregularidades nos refletem. irregularidades estéticas e éticas.

Enquanto perambula pela capital portenha, incompreensivelmente construída “de costas para o seu rio”, e observa a absurda profusão de cabos aéreos das inúmeras redes de serviços, o narrador interroga: “Quando seremos uma cidade sem fios? Quem terão sido os gênios que taparam o rio com prédios e o céu com cabos?”

Com mordaz ironia, prossegue em meditação sobre o aspecto aparentemente contraditório das tecnologias que ao mesmo tempo podem nos conectar ao mundo e nos tornar ainda mais solitários. “Tantos quilômetros de cabos servem para nos unir ou para nos manter afastados, cada um no seu lugar?” A internet é *levada a assumir* durante o desenrolar do filme um papel de protagonista. “A internet me aproximou do mundo, mas me distanciou da vida”, revela, com indiferença, o cativante personagem.

“A telefonia celular invadiu o mundo com promessa de estarmos sempre conectados”, observa Mariana, com certa frieza. A moça comenta sobre sua separação recente após um relacionamento de quatro anos enquanto esvazia, no notebook, o arquivo de fotografias do parceiro – “um completo desconhecido”. Em uma tirada que aponta para o desejo de uma existência ultrafuncional e ascética como a de um robô, ela suspira: “Quem dera minha cabeça funcionasse tão bem como o Mac. Quem dera com um simples *click* eu me esquecesse de tudo...”.

Também no campo profissional Mariana e Martin parecem estar marcados pela fragilidade dos contratos informais do chamado capitalismo flexível, onde o trabalho é executado – e remunerado – por projeto, sem que haja garantias ou vínculos mais duradouros. Ao comentarem sobre esse caráter instável, ambos demonstram certo distanciamento *blasé*. Com o conhecimento adquirido em “uma vida frente ao computador”, ele atua como *web designer* e se diz “muito requisitado”. Arquiteta “que nunca construiu

nada, nem relacionamentos”, ela trabalha como vitrinista e convive em seu apartamento com os manequins que utiliza no trabalho.

Em cena marcante, Mariana se masturba com um de seus manequins. “Não se iluda, foi só sexo”, ela diz, mais para si mesma. Ao se desfazer da peça depois de algum tempo, abraça-a rapidamente antes de descartá-la junto ao lixo acumulado *à beira da calçada*. Em outra ocasião, Mariana amanhece dentro da vitrine, “espaço abstrato e mágico, nem dentro nem fora”, na qual estivera trabalhando durante toda a noite. Apenas com a luz do dia ela se apercebe de onde está e vai embora. Aludindo novamente à possibilidade de uma existência castrada de emoções, ao narrar o incidente ela constata: “tarde, como sempre, me dei conta que era eu na vitrine. Como um manequim: imóvel, silenciosa e fria”.

Martin visita sites de relacionamento, apesar de comparar os encontros que resultam desses serviços à comida servida em redes de *fast food*. “Nas fotos”, ele diz, “todos são mais apetitosos do que na realidade”. Depois de (mais) uma experiência enfadonha e frustrante ele confessa, conformado: “cada vez que vou a um encontro, sinto a mesma decepção que em frente a um Big Mac”.

Esse descolamento entre expectativa e experiência pode ser considerado uma marca da superabundância na cultura do consumo. No contexto da crescente e generalizada racionalização dos laços íntimos, as relações interpessoais são cada vez mais organizadas dentro da estrutura do mercado. Tanto no âmbito das ofertas de consumo quanto na comunicação mediada pelas tecnologias digitais, o volume aparentemente ilimitado de ofertas em potencial leva ao estabelecimento de padrões e rotinas, que podem contribuir para tornar repetitivos e frustrantes as interações, sejam elas virtuais ou presenciais.

Medianeras

Intrigante não ter sido traduzido ou mantido o título original deste longa-metragem. A versão brasileira optou por seguir a norte-americana ao acrescentar

um longo subtítulo aludindo ao amor virtual, provavelmente no intuito de atrair a atenção de um segmento do público ao tornar evidente esse mote da trama. Lamenta-se a utilização do recurso mercadológico que escamoteia a interessante metáfora que sintetiza o espírito da obra.

Em visita ao Brasil para o lançamento do filme, Taretto afirmou que entende as *medianeras* como um fenômeno típico da capital portenha, acreditando tratar-se de algo “tão particular que não existe em nenhuma língua uma tradução precisa”.⁹ A realidade não é bem esta. O termo correlato em português seria *empena cega*, expressão oriunda da arquitetura que designa uma face externa, geralmente a fachada lateral de uma edificação que, por falta de janelas ou outras aberturas, não recebe iluminação ou ventilação. Se, como observa o diretor, elas não são encontradas em cidades europeias, essas empenas proliferam nas diversas inchadas e maltratadas metrópoles latino-americanas¹⁰, cuja arquitetura é marcada pela estapafúrdia diversidade de estilos, tamanhos e formatos.

Ao observarmos a ocupação desordenada do espaço urbano regida pela especulação imobiliária e a escassez ou falta de recursos, não é incomum detectarmos janelas, basculantes ou respiradouros escavados à revelia em empenas cegas¹¹ que costumam ser utilizadas como suporte para painéis publicitários de tamanho monumental. Legislação implantada nos últimos anos em cidades brasileiras como São Paulo e Rio de Janeiro inibe esse modo de ocupação do espaço público pelas demandas do marketing. Restam nessas empenas os rebeldes pontos de fuga, as aberturas ou rasgões, verdadeiras seteiras contemporâneas mirando agora apenas o convulsionado espaço urbano... Na narrativa do filme, as *medianeras* são definidas como:

9 Entrevista disponível em <http://2001video.empresarial.ws/blog/?p=4635>. Acessado em: abr. 2013.

10 Como carioca, convivo com as empenas cegas e as aberturas clandestinas que integram a paradoxal paisagem urbana da Cidade Maravilhosa.

11 Impressiona a imagem comparativa em dois tempos da empena de prédio que desabou no centro da cidade do Rio de Janeiro em 2012. As imagens estão disponíveis em: <http://www.aquipe.com.br/ultimas/nota.asp?materia=20120128141732&assunto=5&onde=Brasil>

(...) superfícies enormes que nos dividem e lembram a passagem do tempo, a poluição e a sujeira da cidade. Superfícies que nos mostram nosso lado mais miserável. Refletem a inconstância, as rachaduras, as soluções provisórias. É a sujeira que escondemos embaixo do tapete. Só nos lembramos dela excepcionalmente quando, submetidas ao rigor do tempo, deixam aparecer seus reclames. Foram convertidas em um meio de publicidade.

A artista visual Joana Traub Csekö utiliza a fotolinguagem como meio de expressão em sua reflexão estética sobre a urbe contemporânea. Na série *Empenas*, que precedeu em alguns anos a estreia do filme argentino no Brasil, a carioca Joana fotografou os imensos espaços retangulares reservados para a publicidade nessas fachadas, quando vagos. Conforme explana, o ato de recolher essas imagens sem imagem, normalmente despercebidas pelos passantes, teve o intuito de “captar a latência desses espaços, onde a imagem publicitária atuará como velamento da arquitetura e da paisagem urbana”.¹² Nesse belo e provocante trabalho a artista levanta uma intrigante questão metalinguística. Aquilo que a fotografia captou em cada caso, indaga Joana, seria “a ausência de imagens ou, ao contrário, a saturação/sobreposição imagética em tal grau que já não seria possível distinguir imagem alguma?”.

Comunicação, consumo, intimidade

Estudos sobre as transformações operadas na intimidade e nas relações afetivas apontam para a constituição do sujeito reflexivo, autônomo e performático como marca da modernidade tardia. J. Birman (2011, p. 35 e 37) ensina que o “culto do indivíduo”, “que passou a ser considerado como valor, de si e para si”, tornou-se, especialmente a partir da década de 1980, o “ethos da contemporaneidade”. Neste contexto de esfacelamento progressivo do espaço social, a autonomia comparece como valor supremo e “cada indivíduo passou a agir e a se representar (...) como uma pequena empresa neoliberal”. No mais das vezes, temos como efeito colateral transtornos diversos, distúrbios psicossomáticos, depressão.

12 Texto da artista reproduzido no catálogo da exposição, realizada no Rio de Janeiro em 2006.

A. Giddens (1993) enfatiza a comunicação como elemento intrínseco e indispensável na transformação da intimidade moderna. Enquanto esclarece que “o termo ‘relacionamento’, significando um vínculo emocional próximo e continuado com outra pessoa, só chegou ao uso geral em época relativamente recente”, constata que o modelo de relacionamento interpessoal baseado no casamento tradicional estaria dando lugar a um modelo mais afeito ao sujeito reflexivo e autônomo, cuja identidade se encontra em permanente estado de construção. Essa categoria de vínculo interpessoal é denominada pelo autor como “relacionamento puro”. Em suas palavras, a expressão se refere a:

(...) uma situação em que se entra em uma relação social apenas pela própria relação, pelo que pode ser derivado por cada pessoa da manutenção de uma associação com a outra, e que só continua enquanto ambas as partes considerarem que extraem dela satisfações suficientes, para cada uma individualmente, para nela permanecerem (1993, p. 68-69).

O próprio casamento, no entender do autor (1993, p.152-155), quando este ocorre, estaria hoje cada vez mais assumindo a forma de um relacionamento puro. Sua continuidade não estaria mais garantida por rígidos códigos sociais ou religiosos. Sendo assim “ele pode ser terminado, mais ou menos à vontade, por qualquer dos parceiros em qualquer momento em particular”, o que evidentemente resulta em um risco muito grande de sofrimento e trauma emocional.

Sem amarras externas para fixar e regular a relação, o compromisso se estabelece a partir da confiança que se tem no parceiro. Paradoxalmente, tal confiança na integridade do parceiro só pode surgir se houver intimidade; ou seja, como decorrência e no interior mesmo do relacionamento. “Confiar é ter fé no outro e também na capacidade do laço mútuo para resistir a traumas futuros”. A questão se torna ainda mais complexa ao levar-se em conta “a natureza móvel” das identidades pessoais. Nesse caso, “confiar em alguém significa renunciar às oportunidades de controlá-lo ou de forçar as suas atividades dentro de algum molde particular”.

Juntamente com a percepção de que a identidade própria é hoje um projeto estruturado dentro da autonomia de cada um, também a sexualidade se converte numa questão deslocada das amarras da reprodução e integrada ao projeto do eu reflexivo. Devido a esse tensionamento nos sistemas institucionais de repressão, A. Giddens (p. 199) entende que a sexualidade “é agora um meio de se criar relações com os outros tendo como base a intimidade, não mais se apoiando em uma ordem... imutável, mantida através das gerações”. Entretanto, a mercantilização da sexualidade em nossos dias, com o consequente uso instrumental do corpo-objeto, *não favorecem a emergência do erotismo*, entendido por ele (p. 21-23) como “o cultivo do sentimento, expresso pela sensação corporal, em um contexto comunicativo; uma arte de dar e receber prazer.” Em função do embotamento afetivo, a atividade sexual passa a ser acompanhada “por aquele ‘vazio’, aquela busca por uma sensação sempre ilusória de realização, que afeta ambos os sexos”.

Em *Cold intimacies*, obra que no Brasil recebeu como título *O amor nos tempos do capitalismo*, a socióloga israelense Eva Illouz defende a tese de que o regime que se tornou hegemônico na maior parte do mundo do mundo contemporâneo favoreceu a constituição de uma cultura afetiva baseada nos ditames do mercado e na racionalização dos afetos. Em suas palavras,

(...) repertórios culturais baseados no mercado moldam e impregnam as relações interpessoais e afetivas, e as relações interpessoais encontram-se no epicentro das relações econômicas. Mais exatamente, os repertórios do mercado se entrelaçam com a linguagem da psicologia e, combinados, os dois oferecem novas técnicas e sentidos para cunhar novas formas de sociabilidade” (ILLOUZ, 2011, p. 13).

A popularização da psicologia teria ajudado a redefinir os modos de ser e os estilos de vida afetiva vigentes. Na visão da autora, o estilo afetivo moderno teria sido forjado, sobretudo, pelo modelo da comunicação terapêutica, na qual “os afetos tornaram-se objetos a serem pensados, expressados, abordados

em conversa, discutido, negociados e justificados tanto na empresa quanto na família” (ILLOUZ, 2011, p.56), e ainda publicamente nos meios de comunicação. Como objeto de comparação e escrutínio, as relações passam a ser administradas em termos de custo e benefício. Esses seriam os vetores da cultura afetiva forjada no capitalismo emocional, no qual “os discursos e práticas afetivos e econômicos moldam-se uns aos outros” (p.12).

No contexto das redes de comunicação predomina esvanecimento do eu privado em favor do eu publicamente encenado. Sendo assim, esse “eu afetivo público” hoje precede e modula as interações privadas. Os sujeitos buscam reconhecimento de sua vida privada na esfera pública convencidos do “poder da linguagem para ajudar a compreender e controlar nosso meio social e afetivo” (p.59). Assim, as identidades são publicamente expostas e narradas, tornando-se objeto de classificação hierárquica em termos de níveis de bem-estar afetivo.

E. Illouz acredita que essa modalidade de eu afetivo público seria posto em cena, com maior nitidez, por meio da internet. No seu entender, a internet seria “uma tecnologia psicológica, no sentido de que pressupõe uma compreensão psicológica do eu e estimula uma forma psicológica de sociabilidade” (p.113, 152). Em sua análise sobre sites de relacionamentos, a autora elenca alguns fatores que colaboram para que esse processo de apresentação social de si – e eventual busca de parceiros – em termos de manipulação pública dos sentimentos e da performatividade do eu. Primeiramente, a subjetividade é textualizada e o eu “externalizado e objetificado através de meios visuais de representação e linguagem”. Em segundo lugar, a visibilidade alcançada nas redes digitais não atinge a arena pública, mas “uma agregação de eus particulares”. Poderíamos acrescentar que, não obstante poderem ser rotulados como ‘amigos’ ou “seguidores”, a arena virtual seria basicamente composta por “uma plateia abstrata e anônima” que se necessita ou deseja impressionar.

Por fim, segundo o argumento da autora, para se fazer notar e causar boa impressão, essa apresentação pública do eu necessita ser deliberadamente

manipulada por meio da hiper-racionalização e da mercantilização da individualidade, que transforma os afetos em uma forma de capital. Esta fusão entre as lógicas e repertórios do mercado e as representações e linguagens do eu caracteriza o que a autora denomina como “capitalismo afetivo”.

(N)a lógica interna do capitalismo contemporâneo, (...) não só o repertório cultural de custos e benefícios do mercado é (...) usado em praticamente todas as interações privadas e domésticas, como também parece ter ficado cada vez mais difícil passar de um registro de ação (o econômico) para outro (o romântico) (p. 161).

Trim, trim...

O individualismo e a fragilidade dos vínculos interpessoais nas sociedades hodiernas foram também tematizados em outra película, a comédia *noir* norte-americana *Denise está chamando* (*Denise calls up*, Hal Salwen, EUA, 1995). Menção honrosa no Festival de Cannes, a narrativa circular deste filme consiste no encadeamento de conversas telefônicas que interligam um grupo de conhecidos. Embora nem todos se conheçam diretamente, passam a estar interligados através de algum amigo em comum.

De modo emblemático, embora logo se perceba estar sendo definido o modelo dominante de comunicação entre os integrantes do grupo, a sucessão de telefonemas é deflagrada pelo fato de nenhum deles ter comparecido a uma mesma festa na noite anterior. A desmontagem e descarte da esmerada produção desta festa *são mostrados nas cenas iniciais enquanto se ouve as conversas em off*. Em toda duração da trama os protagonistas estão sozinhos em suas casas, carros, estúdios, enquanto falam ao telefone e jamais se encontram pessoalmente. A câmera os flagra nas mais diversas situações do cotidiano, sempre ao telefone e ocupados a qualquer hora.

Assim como em *Medianeras*, porém compatível com o contexto daquela década, o telefone sem fio – fetiche eletrônico da época e antecessor do celular – vai aos poucos sendo transformado em um protagonista, uma tecnologia que pode unir ou isolar. Sendo assim, o filme oferece um curioso inventário dos mais

variados tipos de aparelhos de telefonia fixa e móvel que hoje são considerados *vintage*. Na celeridade que caracteriza os lançamentos desse tipo de tecnologia “de ponta”, boa parte desses objetos já viraram peças de museu. Novidades na época, as chamadas em conferência (*conference calls*) são mostradas em destaque. Funcionam como elemento de crítica social embora também façam parte da pedagogia social de cunho mercadológico, a serviço dos patrocinadores.

Com a exceção daquela que dá nome ao filme, e que será enfocada mais adiante, na maior parte da película os personagens conversam ininterruptamente ao telefone e declaram-se ocupadíssimos enquanto teclam, de modo febril, nos seus computadores. Acostumado à lógica da conexão via internet, o espectador mais jovem terá dificuldade em conceber sua ausência nos processadores de texto mostrados em cena. Entretanto, se deixarmos de lado a condição solipsista dos equipamentos, o mesmo espectador poderá reconhecer no filme a avassaladora dinâmica de trabalho que se sobrepõe às demandas da vida doméstica, pessoal e social.

Com efeito, dentre os aspectos mais importantes dessa encenação da realidade apresentada nesta obra, destaca-se a indistinção entre vida social e profissional nas ininterruptas jornadas de teletrabalho. Premidos por prazos draconianos e volumes exorbitantes de atribuições, os personagens se veem forçados a trabalhar durante a maior parte do seu tempo. As residências pouco ou nada têm de agradáveis ou aconchegantes. Carros são também convertidos em local de trabalho. Claramente, esses indivíduos já não conseguem delimitar e salvaguardar períodos de tempo para descanso, cuidados pessoais, atividades domésticas e compromissos sociais.

A fertilização *in vitro* – que justifica a presença da personagem central – também está presente na representação de época proposta pelo filme. Inicialmente, Denise não faz parte do referido grupo de amigos e conhecidos. Na verdade, eles sequer a conhecem. No entanto, é ela quem chama e introduz uma tensão crescente ao longo da trama. Em dado momento, todo o grupo

acompanha e participa – sempre pelo telefone – da situação provocada e vivida pela personagem, cujo desfecho destoa do tom melancólico e inquietante reservado aos demais.

Também se pode apreender nesta trama da década de 1990 o surgimento da intimidade virtualizada – antes da era da internet. Como detecta, com propriedade, Paula Sibilia (2008) em estudo sobre blogs pessoais, a ‘intimidade alterdirigida’ já é encenada nas conversas telefônicas entre os personagens de Salwen. Em meio a trocas interpessoais mais rotineiras, preocupações são compartilhadas, segredos revelados e opiniões oferecidas com impressionante candura. O casal que substitui a volúpia do contato físico pelo sexo verbal via telefone discorre, sem pudor, sobre detalhes pessoais e íntimos da experiência.

Em franco e desconcertante contraste com a intimidade e a vivacidade que caracterizam as trocas telefônicas que estabelecem uns com os outros, a impossibilidade da interação presencial descortina os primórdios do brutal predomínio da comunicação mediada na base da sociabilidade contemporânea. Percebe-se, de modo explícito nesta obra ficcional, uma discussão sobre a promoção idealizada da conexão interpessoal instantânea, a obtusidade da socialização via telefone, bem como a entronização da mediação tecnológica e social propiciada pelas tecnologias de comunicação.

(In)comunicação, imagem e comunicação

Em interessante reflexão sobre o cinema a partir da semiótica da cultura, Norval Baitello Jr. (2001, p. 7) encontra a incomunicação – que, no seu entendimento, seria a “irmã gêmea da comunicação” – nas características próprias da nossa relação com a imagem. Para desenvolver essa ideia, o autor propõe que a imagem se destaca “nas águas turvas da comunicação”. Esse fenômeno ocorreria, sobremaneira, devido à nossa atenção se prender quase sempre a uma leitura do conteúdo mais superficial situado no plano das imagens. Essa atração pelo superficial obliteraria a apreensão do conteúdo mais profundo que a imagem igualmente oculta e revela.

Ao destacar nas imagens o poder de “mover e comover, resgatar entranhas e ressuscitar lembranças”, N. Baitello Jr. (p. 72) enfatiza seu papel na construção de vínculos pessoais e sociais que caracterizam, ou ao menos deveriam caracterizar, o espaço da comunicação. Entretanto, ao refletir sobre o uso da imagem como simplificação ou atalho para encurtar e facilitar os processos comunicacionais, Norval especula, com pertinência, se estaríamos perdendo contato com a complexidade da vida.

Nesta discussão sobre a (in)comunicação favorecida pela colonização das práticas e processos pelas lógicas da mercantilização, deve-se ressaltar as transformações que tornam o espectador ou receptor, também produtor e distribuidor de conteúdo. Tomando-se a televisão como exemplo, *a prática do zapping*¹³ emerge em um cenário de multiplicação *exponencial de canais a cabo*. A simples manipulação do controle remoto da televisão pode provocar um jorro frenético e indiscriminado sem possibilidade de controle externo e ao qual seria inviável atribuir sentido. O deslocamento do receptor em usuário é ainda mais evidente na estrutura hipertextual do mundo virtual, no qual o “leitor imersivo” (SANTAELLA, 2010) “surfa” num “mar” de conteúdos multimídia. O espectador atual interage com crescente desenvoltura simultaneamente em múltiplas plataformas midiáticas. Esse é um usuário irrequieto, hiperativo e imprevisível que produz e distribui conteúdo nas redes de compartilhamento que pululam na internet.

Seria ingênuo conferir a esse ator o papel do intrépido todo-poderoso que subverte os padrões e lógicas vigentes. Entretanto, seria igualmente ingênuo atribuir-lhe a função de receptor acrítico dos conteúdos e das dinâmicas padronizados pelas lógicas do mercado. Nem dócil e nem onipotente, esse personagem dúbio tem monitorados e, finalmente, escrutinizados seus modos de engajamento social e interpessoal. Buscam-se padrões de sentido que permitam prever expectativas e antecipar demandas, enseja-se a informatização das interações humanas. A codificação em bits e bytes facilita

13 Na versão do termo para o português tem sido utilizado o neologismo “zapear”.

sobremaneira o processamento dos dados em escalas avassaladoras e a sofisticadíssima segmentação em incontáveis perfis. Como se tem enfatizado em trabalhos anteriores (CASTRO, 2011, 2012), as problemáticas apropriações mercadológicas das interações em ambientes de interfaces digitais costumam ocorrer de forma sub-reptícia.

Sem a intenção de moralizar o debate, entende-se, como o faz E. Illouz (2011, p. 134) que “o crítico da cultura contemporânea é obrigado a se situar no próprio campo mercantilizado que critica”. Sendo assim, a análise crítica procura fazer emergir o intrincado contexto onde são engendradas as transformações nas dinâmicas socioculturais e processos comunicacionais. Somente a partir da complexidade desse contexto é que se pode arriscar atribuir sentidos. A tarefa da produção e atribuição de sentidos não é afeita à domesticação de afetos e padronização de rotinas. Quanto mais se procura facilitar o caminho desta produção simbólica com rotas pré-estabelecidas, menor o vigor da comunicação e mais frágeis os laços sociais lastreados nela.

Como aponta a epígrafe desse trabalho, apesar de benfazeja, a criação de vetores alternativos que se contraponham às forças que asfixiam as relações sociais e obliteram a comunicação é árdua e arriscada. Os aguerridos que insistem e lutam em prol da liberação das vias de produção para que outros sentidos possam e venham a ser engendrados já sabem muito bem que o outro lado do risco é o que chamamos de oportunidade.

Referências

BAITELLO JR., N. "Incomunicação e imagem". In: BAITELLO JR., N.; CONTRERA, M. S.; MENEZES, J. E. O. de. (Orgs.). *Os meios da incomunicação*. São Paulo: Annablume, 2005, pp. 71-80.

BIRMAN, J. "Muitas felicidades?! O imperativo de ser feliz na contemporaneidade". In: FREIRE FILHO, J. (org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2010, p. 27 – 48.

CASTRO, G. G. S. "Screenagers: entretenimento, comunicação e consumo na cultura digital". In: BARBOSA, L. (Org.). *Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo*. Porto Alegre: Sulina, 2012, pp. 61-77.

_____. "Comunicação, consumo e a mercantilização das subjetividades". In: FREIRE FILHO, J.; COELHO, M. G. P. (orgs.). *A promoção do capital humano: mídia, subjetividade e o novo espírito do capitalismo*. Porto Alegre: Sulina, 2011, pp. 173-186.

GIDDENS, A. *A transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas*. São Paulo: Unesp, 1993.

ILLOUZ, E. *Cold intimacies: the making of emotional capitalism*. Cambridge: Polity Press, 2012.

_____. *Amor nos tempos do capitalismo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

JAMESON, F. "Reificação e utopia na cultura de imagens". In: *As marcas do visível*. Rio de Janeiro: Graal, 1999, p. 9-35.

SALWEN, H. *Denise está chamando (Denise calls up)*. VHS, 80 min. Dark Matter Prod., EUA, 1995.

SARLO, B. *Tempo presente: notas sobre a mudança de uma cultura*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2005.

SANTAELLA, L. *A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade*. São Paulo: Paulus, 2010.

SIBILIA, P. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

TARETTO, G. *Medianeras: Buenos Aires na era do amor virtual. (Medianeras)*. DVD, 95 min. Imovision, 2011.