



# biqüidade e instantaneidade no telespaço público: algum pensamento sobre a televisão

Eugênio Bucci **1**

**Resumo:** A *instância da imagem ao vivo* instaura o *telespaço público*, dois novos conceitos que são apenas delineados no presente artigo. Dentro do *telespaço público*, as referências conhecidas e ainda aceitas pelas ciências da comunicação, tanto de espacialidade como de temporalidade, são absolutamente irrelevantes, inoperantes e inúteis. Este artigo, ao historiar rapidamente as noções mais difundidas de tempo e espaço, procura investigar de que maneira essas duas categorias centrais podem ser pensadas.

*Palavras-chave:* Espaço público, telespaço público, instância da imagem ao vivo, temporalidade, espacialidade, televisão.

**Abstract:** *The instance of the live image (which could be understood as the "live image arena") creates a public telepace, which encompasses two new concepts that are only outlined in this present paper. Within the public telepace, known references and those conventionally accepted by communications sciences, in terms of both space and time, become absolutely irrelevant, inoperative and useless. This paper rapidly discusses well-known notions of time and space and seeks to investigate ways and means to ponder these two central categories.*

*Key words:* Public space, public telepace, instance of live image, time, space, television.

## **1** Noção preliminar de Telespaço Público

O espaço público não é mais o espaço público genérico, mas o espaço público historicamente posto pela imagem ao vivo: é o telespaço público. Embora o presente artigo não seja dedicado a discutir e demarcar os elementos do conceito de espaço público<sup>2</sup> Ele pode ser definido segundo cinco deslocamentos históricos de tempo e espaço que o distanciam de forma irreversível das concepções convencionais de espaço público.

1. O primeiro desses é o deslocamento da sua materialidade. O telespaço público tem sua materialidade não mais nos lugares físicos - espaços urbanos,

**1** Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP

**2** Esse conceito foi o tema do primeiro capítulo de minha tese de doutorado, *Televisão Objeto: a crítica e suas questões de método*, ECA-USP, 2002. O presente artigo é uma adaptação, com pequenas alterações, do segundo capítulo dessa mesma tese.

**3** VIRILIO, Paul. "Imagem virtual mental e instrumental", in: PARENTE, André (org.). *Imagem-Máquina: a era das tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995, p. 131.

**4** O telespaço público é o espaço social que veio realizar materialmente a intuição de Benjamin sobre a destruição da aura na obra pelos movimentos das massas na modernidade, escrita por ele antes do advento da instância da imagem ao vivo: "Fazer as coisas 'ficarem mais próximas' é uma preocupação tão apaixonada das massas modernas como sua tendência a superar o caráter único de todos os fatos através da sua reproduzibilidade técnica. Cada dia fica mais irresistível a necessidade de possuir o objeto, de tão perto quanto possível, na imagem, ou antes, na sua cópia, na sua reprodução." Foi a instância da imagem ao vivo quem veio tornar essa preocupação tão apaixonada das massas modernas numa realidade abaixo da qual não há mais vida social. Há uma outra observação a ser feita com relação ao mesmo texto de Benjamin. Quando ele tenta definir o que é a aura, parece estar falando não de um conteúdo ou de uma obra em si, mas de um fotograma em negativo do fenômeno estético que veio se dar apenas dentro do telespaço público. Diz Benjamin: "Em suma, o que é a aura? É uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja." Essa coisa distante, na aura descrita por Benjamin, embora ele não o diga com essas palavras, o outro, ou seja, é a coisa que não sou eu, é o diferente, o não semelhante. Ou é o seu fundamento teológico, por mais remoto que seja, o que remete o observador a um outro tipo de coisa distante, naquele instante único em que o espírito se deixa encantar pela força da obra de arte. Por que essa é uma descrição em negativo do que se passa no telespaço público? Simples: o telespaço público, por meio da televisão, tende a fazer aparecer o semelhante (o mesmo) por mais distante que ele esteja, matando assim a aura da obra de arte. É por isso que Benjamin afirma, com sua poderosa intuição: "Retirar o objeto do seu invólucro, destruir sua aura, é a característica de uma forma de percepção cuja capacidade de captar 'o semelhante no mundo' é tão aguda, que graças à reprodução ela consegue captá-lo até no fenômeno único." A obra de arte se torna espelho. Industrializado. A aura, agora, já não está no que se vê, ou no que tem existência pelo sensorial, mas no que dá a ver e no que dá a sentir isso que o observador vê e sente. Esse tal que dá a ver e dá a sentir é a instância da imagem ao vivo. Essa instância, sim, é pura aura, em negativo. (Ver BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reproduzibilidade técnica (primeira versão)*. In: *Obras Escolhidas: magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense. 1994, p. 170 e 171.)

espaços arquitetônicos, espaços projetados, espaços sociais, físicos ou virtuais, para encontros ou entendimentos - em que os atores interagem, mas nas telepresenças de que fala Paul Virilio **3**, no signo da imagem eletrônica, ou, em poucas palavras, nos espaços demarcados agora, em lugar da geografia, pela instância da imagem ao vivo. Aí, a virtualidade não funciona como abstração, mas como uma expansão eletrônica, material, portanto, do espaço social **4**.

2. O segundo deslocamento é o abandono da utopia do consenso em favor da ordem anárquica do conflito - e, sim, pode-se falar em ordem anárquica, pela mesma razão que se pode falar em anarquia da produção no capitalismo. O telespaço público deixa para trás a pretensão latente do consenso, para se abastecer de diversos níveis de conflito, ainda que dialogue com o paradigma habermasiano e, em certos termos, possa tê-lo como pressuposto. O que o define nada tem a ver com busca de entendimento, mas o simples estabelecimento de pólos de conflito, ou a simples possibilidade desse estabelecimento. O telespaço público resulta da hierarquização de significados e significantes dada pelas instituições mediáticas e é o campo em que os sentidos se realizam, mas jamais um campo de entendimento. Não precisa da idéia de acordo para se pôr.

3. O terceiro deslocamento se refere ao esvaziamento do significado em favor do significante. O sentido é menos crucial que o significante para o estabelecimento do telespaço público, que nasce historicamente por ação da hegemonia do sistema de significantes próprio da televisão. O seu idioma universal é dado pela visualidade e pela discursividade televisivas. Também por isso ele não resulta de nenhuma forma de consenso, não busca o consenso nem existe para o consenso. Nele, o consenso é apenas uma forma de simulação.

4. O quarto é a falência do sujeito dito racional emergência (e a admissão, em tese) do sujeito do inconsciente como protagonista do telespaço público. O telespaço público não pressupõe sujeitos racionais ou conscientes, mas se ordena segundo tensões inconscientes. É dado por relações dialógicas assimétricas, nas quais se verificam todas as formas de manipulação, mas as manipulações não o controlam nem o contêm. Por isso, o telespaço público não depende da idéia de opinião pública e nem mesmo da fé em uma opinião pública e nem mesmo da existência de uma opinião pública (ainda que possa teatralizá-la nas diversas formas de manifestações coletivas e ainda que possa admitir a nomenclatura de opinião pública nas suas múltiplas simulações de busca de consenso). Funciona a partir das preferências de consumo do público (até quando se trata do espaço público político, já que as questões eleitorais tendem a se resolver segundo os critérios do consumo) e reveste o cidadão, asfixiando-o, com a roupagem do consumidor sem retorno.

5. Por fim, o quinto deslocamento: o telespaço público não postula qualquer pretensão de unidade, ainda que exista como teia que se tece num todo. Ele é fragmentável e fragmentado. Subdivide-se em incontáveis espaços públicos plurais, mais ou menos instantâneos, recortados do todo, cujos âmbitos que se estendem da esfera íntima aos espaços globais. Fragmenta-se em segmentos comunitários, em temas, em regiões geográficas, em credíes e, simultaneamente, interconecta a todos esses segmentos possíveis, potenciais ou realizados. Ver o seu todo só tem sentido para que se compreenda sua fragmentação essencial.

A instância da imagem ao vivo pode ser entendida como a instância que funda o telespaço público. Para melhor leitura deste artigo e para que se tenha uma síntese do que representa a instância da imagem ao vivo, convém que se esclareçam seus fundamentos em rápidas linhas.

A fisionomia da nossa era, tenha a nossa era a fisionomia que tiver (e ela pode ser muitas), tem a textura, a consistência, a natureza - e, ao mesmo tempo, a fugacidade, a transitoriedade, a imaterialidade - de uma cena instantânea que reluz dentro dos limites de um monitor de vídeo. O que ali está é o que é. Às figuras mutantes que se insinuam e se desfazem na tela eletrônica atribui-se a autoridade de índices do real - e eis que delas a realidade se veste para dar-se a ver. A história se escreve assim, ou melhor, desenha-se assim, como visualidade.

O estar-ao-vivo não se esgota com o esgotamento do fato a que se refere, mas tem a propriedade de poder expandi-lo. A imagem que perdura no ar faz perdurar o acontecimento num estado de acontecendo, um estado temporal elástico. O "ao vivo" se refere ao fato e à sua simultaneidade com sua própria cobertura, ou seja, com a sua representação e o seu registro pela imagem eletrônica. Mas o fato, aí, entra apenas como aquilo a que se refere a imagem ao vivo. O ao-vivo é um atributo dessa imagem, mais que do fato. Diz-se dela que está ao vivo quando ela, tecnicamente, promove a conexão instantânea e imediata entre o público e o fato em acontecendo. Para além da imagem em questão, ou das imagens que eletronicamente promovem essa conexão específica, o "ao vivo" já não se refere ao fato e nem à imagem do fato em acontecendo, mas se ergue como uma instância abstrata. Esta, esta sim, é uma instância em permanência, ininterrupta, total. Uma imagem ao vivo em particular pode ser efêmera, breve ou duradoura, marcante ou irrelevante, mas a instância da imagem ao vivo é perene. A instância da imagem ao vivo é o altar da verdade factual possível, o seu plano mais algo e mais irrecorrível de registro, é o portal por onde a natureza ingressa na cultura, por onde o real se veste de imaginário, o livro em que dão entrada aqueles, aquelas e aqueles que irão adquirir existência simbólica.

A instância da imagem ao vivo abraça a totalidade do "agora" por sobre a totalidade do espaço. Ela não se apaga, não se desliga, não pisca. É uma instância que, para além de evento determinado, determina a totalidade dos eventos. O que está no ar, ao vivo, não são os acontecimentos, mas a instância na qual eles têm lugar. A televisão assim existe como o palco do mundo - e não é o mundo, mas o palco do mundo, quem existe ao vivo.

A instância da imagem ao vivo inclui e potencializa o que se chama de "on line". Ela reordena o espaço público e funda um novo, o telespaço público. Aí, a televisão em suas múltiplas possibilidades tecnológicas - a televisão pelo computador, a televisão digital, via satélite, a cabo ou aquela que trafega nas ondas eletromagnéticas - é uma entidade única e, não obstante, contida em muitas. A integração do planeta pela informação on-line é apenas uma das dimensões possíveis do mundo que aflora diante de si mesmo pela instância da imagem ao vivo. As redes múltiplas compostas pela Internet, pelos canais interativos de TV, ou mesmo pelas junções desses recursos com novos sistemas de telefonias constituem a disseminação multifacetada da instância da imagem ao vivo.

Portanto, o espaço público, espaço social gerado pelas instituições mediáticas, hegemônicas diante das outras instituições na função de hierarquizar conceitos e valores, é presidido pela instância da imagem ao vivo. É um espaço telepresencial, televivencial, televisível, televisual: telespaço público. Nele, os padrões de lugar e de tempo se alteram, abandonando a geografia e a cronologia como suas referências principais.

Segundo o senso comum, que dá eco às promessas de emancipação do jornalismo inventado pelos ideais iluministas, a informação e a formação da opinião pública acontece hoje através de veículos que se encontram em patamar tecnológico superior, o patamar do aqui-e-agora. Pelo que o senso comum entende como aqui-e-agora, entendimento que representa um regime instalado pela onipresença da televisão - e do trânsito incessante de imagens e mensagens por internet -, pode-se iniciar uma breve reflexão sobre as mudanças dos padrões de lugar e tempo.

Nos termos estritos da cobertura jornalística ideal (lembrando que o jornalismo é apenas uma das diversas atribuições que cabem às instituições mediáticas), pode-se traduzir o senso comum pela seguinte formulação: o que repercute no espaço público é sempre um acontecimento ou uma manifestação cujo relato irradia-se para o todo (o aqui é o epicentro da enunciação do relato, que de preferência busca se confundir com o local do acontecimento) no instante mesmo em que o evento vem à luz (o agora é o "quando" da revelação, o quando-o-quanto-antes). A cobertura ideal é, pois, ubíqua e instantânea, sempre segundo o senso comum. Ela, de acordo com o mesmo senso comum, certamente não vigia o tempo todo todas as alcovas, todos os guetos, todas as salas fechadas, nem grava todas as intenções inconfessadas; existem fenômenos que se sucedem sem que deles ninguém tenha notícia: são os eventos que não vieram à luz e, enquanto permanecem nas sombras, não integram o espaço público. Mas nenhum problema quanto a isso, pois o instante de sua revelação - e não do seu "acontecimento" - é que constitui a notícia. A cobertura ideal lida com a notícia e, na temporalidade própria da notícia, que é deflagrada pela revelação (e não pelo "acontecido"), essa cobertura é, sim, ubíqua e instantânea. Eis, enfim, o senso comum.

A ubiquidade e a instantaneidade não são, porém, como crê o senso comum, características constitutivas de um duplo caráter de uma cobertura específica ou mesmo da televisão, que a tudo quer testemunhar e narrar: são, ao contrário, a pretensão-limite das mediações que geram o telespaço público. Pretensão-limite abaixo da qual essas mediações fracassam. Portanto, a pretensão-limite é também seu ponto de partida: o programa mínimo coincide com o programa máximo. Ubiquidade e instantaneidade não são aspectos de um veículo novo dentro do velho espaço público, mas a marca do alcance do novo espaço público, o telespaço público. É ele quem é ubíquo e instantâneo - não os seus eventuais veículos de comunicação ou de informação. É isso o que inaugura os novos padrões de tempo e lugar: o aqui está em toda parte, por isso é telespaço, sendo instituído pela presença da revelação e do relato (e não do fato acontecendo, como se crê; o fato é que se destina ao relato para, por meio dele, ganhar visibilidade; o relato, e não o fato, é quem ganha o telespaço

público), e o agora engole os outros tempos, é o tempo de permanência do anúncio, da revelação e do relato, um tempo expansível, uma bolsa presentificada suspendendo o fio das horas, dos dias e dos séculos.

A ubiqüidade e a instantaneidade suplantam, como é óbvio, o domínio do jornalismo. O aqui-e-agora é o lugar-e-tempo que as instituições mediáticas têm como meta. Sim, ele decorre da natureza da imagem ao vivo, hegemônica sobre todos os outros sistemas de significantes dos meios de comunicação, mas, a partir daí, espalha-se e vige sobre todo o espaço público, o teleespaço público. A exemplo do jornalismo que, sempre, como é comum que se diga, "corre contra o tempo", isto é, procura diminuir ao máximo e até eliminar o intervalo entre um fato e sua revelação, transformando essa diminuição com vistas à eliminação numa temporalidade própria - o lapso de tempo ideal do jornalismo ideal é igual zero, donde o tempo ideal é o não-tempo -, o entretenimento, a ficção, a publicidade comercial e toda sorte de comunicações interativas também não cessam de oferecer rapidez, velocidade e instantaneidade. Se as distâncias geográficas, para o jornalismo ideal, devem ser superadas em menos de um segundo, permitindo aos telejornais passar de Tóquio a Nova York em um piscar de olhos, ou melhor, em um piscar de imagens - a distância ideal é também a não-distância, que é o mesmo que o não-tempo -, as instituições mediáticas perseguem a fórmula da simultaneidade total, nas obras de ficção pela TV, nos filmes em todos os países na mesma data, ou nos videogames que se conectam à internet: de todos os lugares para todos os lugares de uma só vez.

A televisão, em vez de um mero "meio de transporte para mensagens", ou um "veículo para conteúdos prontos", é fator de alteração da espacialidade e da temporalidade. Em vez de as coisas acontecerem num sítio qualquer e daí serem reportadas para outros, elas efetivamente têm sua sede e sua localização dadas a partir da instância da imagem ao vivo. Ao menos sob o prisma das alterações de tempo e espaço promovidas pela televisão, as coisas acontecem na televisão ou, de forma um tanto mais abrangente, acontecem na instância da imagem ao vivo, altar do teleespaço público. A TV substitui o lugar físico no que se refere a sediar os eventos-chave. E isso só é assim porque a sociedade desmaterializou seus espaços físicos e, no lugar deles, materializou as técnicas de comunicação como o único espaço possível. A comunicação (tecnológica, industrial, mediática) articulou os espaços em rede e, com isso, os espaços isolados se pulverizaram.

Não custa investigar um pouco mais detidamente a genealogia dessa nova temporalidade e dessa nova espacialidade.

## **4** O paradigma da circulação define o espaço

O espaço virou uma teia. Ou muitas teias. No dizer de Renato Ortiz, "o signo por excelência da modernização parece ser a comunicação, a proliferação e a generalização dos meios impressos e eletrônicos de comunicação, articulados em teias multimídias alcançando todo o mundo." **5** Na modernidade, as teias configuram o espaço: não sendo mais fixo, nem físico, ele se move, ele respira. Ele reluz e se apaga. A partir do século XIX, de modo definitivo, os espaços que ainda restavam, para usar a expressão de Ortiz, "voltados sobre si mesmos", com limites nítidos e impermeáveis - como a cidade e o campo, os lugares de cada uma das classes sociais, cultura erudita e cultura popular -, foram superados por espaços voltados para fora, para o intercâmbio. O princípio da circulação entrou em cena,

**5** IANNI, Octavio. *Teorias da Globalização*, Quinta Edição, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998, p. 93.

**6** ORTIZ, Renato. *Cultura e Modernidade: A França no século XIX*. São Paulo: Brasiliense, 1991, p. 195.

**7** BENJAMIN, Walter, "Paris, Capital do Século XXI", em KOTHE, Flávio R, *Walter Benjamin*, Coleção "Grandes Cientistas Sociais", São Paulo: Ática, 1985, p. 39.

**8** BENJAMIN, Walter, "Paris, Capital do Século XXI", em KOTHE, Flávio R, *Walter Benjamin*, Coleção "Grandes Cientistas Sociais", São Paulo: Ática, 1985, p. 31.

**9** ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max. "A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas", em Adorno e Horkheimer, *Dialética do Esclarecimento*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985, p. 152.

**10** ORTIZ, *Cultura e...*, p. 204.

**11** ORTIZ, *Cultura e...*, p. 209.

**12** MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. *O Manifesto Comunista*, Coleção Leitura, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996, p. 14.

então, como "um elemento estruturante da modernidade que emerge no século XIX". **6** Objetos, mercadorias, informações, pessoas, tudo passou a circular, e o que antes era fixo começou a transitar de um lado para outro. A mobilidade se fez regra e, de início, tornou-se mais visível na fronteira entre os espaços antigos. Surgiam aí os grands magasins, que privilegiavam a oferta de mercadorias nas vitrines voltadas para fora, para os passantes rápidos e quase intangíveis. O espaço se alongou em corredor de acesso, caminho; as trincheiras ganharam porosidade. O moderno não estava nem de um lado nem de outro, mas na fronteira. Nas galerias de Paris trafegava o flâneur de Walter Benjamin, que por isso mesmo se tornou célebre, pois se tornou o ponto a partir do qual se pode divisar a novidade: "O flâneur ainda está no limiar tanto da cidade grande quanto da classe burguesa. Nenhuma delas ainda o subjogou. Em nenhuma delas se sente em casa." **7**

O moderno está na divisão. Dividido entre dois âmbitos que antes estiveram "voltados para dentro", o flâneur entra em cena como a encarnação do que circula. É o visitante fugidio cruzando um cenário ("tudo para mim se torna alegoria", escreve Baudelaire), é o transeunte numa decoração em que "a arte se põe a serviço do comerciante" **8** - pois mesmo a arte, ela também, ao emancipar-se, escapou ao seu domínio fechado. Ela circula. Na Paris do século XIX, quando o negociante deu uma finalidade prática ao artista, nasceu a tendência que depois Adorno e Horkheimer identificariam como lei constitutiva da indústria cultural: "A publicidade converte-se na arte pura e simplesmente." **9** O que, finalmente, viria a ser a vocação por excelência da televisão comercial: entreter para vender. Espaço para o consumo, a modernidade se materializa na sociedade de consumo, cuja vitrine é a imagem cintilante da televisão.

Mas, atenção: com a tela eletrônica dando o suporte para a comunicação, são as galerias, e não mais os homens, que "flanam" pelo mundo afora. A circulação não é mais algo que se dá entre os espaços. Hoje, os espaços (galerias do século XIX virtualizadas para o século XXI) é que circulam diante do flâneur anônimo, paralisado ante as imagens velozes, que compõem uma espacialidade mutante. Em outras palavras, e por outro itinerário, podemos dizer que os meios para a circulação deixaram de ser um requisito instrumental para a mobilidade e se transformam no próprio paradigma da espacialidade moderna. O espaço se realiza exatamente onde há o trânsito. Essa passagem se processa em dois momentos que se podem distinguir com clareza.

No primeiro, constroem-se os sistemas de comunicação que tornam praticável a circulação. Nasce os "sistemas telegráfico, telefônico, ferroviário, de envio de notícias (as agências de imprensa). O espaço é desta forma concebido como uma malha, uma rede de interconexões." **10** À medida que a circulação prevalece como força estruturante, o espaço vai se vendo "esvaziado de sua materialidade", tornando-se então "definido em relação a outros espaços", e não mais definido em relação a si mesmo. **11**

Preferimos dizer que a materialidade vai mudando de lugar. A mesma modernidade que produziu a autonomização das racionalidades promoveu a interdependência entre os espaços antes desvinculados. O campo não é mais um universo à parte, auto-suficiente. A cidade não é mais a cidadela murada. Os sujeitos já não se constituem a partir dos lugares físicos em que nascem e vivem. Já não vivem onde nascem. A antiga concretude geográfica e física das arenas e fóruns sociais se esvanece, dando motivo à frase célebre: "Tudo o que é sólido desmancha no ar" **12**.

O segundo momento acontece bem aí: no vácuo da desmaterialização dos espaços convencionais, deslocando a materialidade para a própria rede de circulação e comunicação; ela é o processo que costura as interconexões, é ela quem contém os nós, materiais, que amarram os espaços (cada vez mais) imateriais, nela reside a estrutura para que a circulação se dê (e a circulação é o que conta) e dela emerge o fator de fundação e organização do espaço público.

Sob o prisma da espacialidade, a modernidade acontece para fora, acontece em expansão. Suplanta os lugares produzidos pela memória coletiva, que são da ordem da vivência, lugares próprios das tribos, dos povos indígenas ou das comunidades isoladas; supera, em parte, mesmo os contornos riscados pela identidade nacional, esta "invenção" que é da ordem da ideologia.<sup>13</sup> O espaço da modernidade os engloba, realiza-os - a modernidade reconfigura e dá novo fôlego aos símbolos da nacionalidade - mas não se resume a eles, é de outra natureza. Também o seu tempo é de outra natureza. "Ele [o espaço e o tempo da modernidade, integrados] não se refere ao universo ideológico. (...) A folga, o feriado, não é o prolongamento das festividades públicas [evocativas da nacionalidade], mas o contraponto ao mundo do trabalho, uma necessidade da sociedade de consumo. (...) O espaço e o tempo da modernidade são específicos, modalidade que escapa de uma memória de caráter eminentemente nacional."<sup>14</sup> A modernidade "inaugura um tipo de civilização que nos anos vindouros irá se transformar numa cultura mundial."<sup>15</sup> E qual seria essa "cultura mundial", uma vez que ela não se reduz ao campo ideológico da nacionalidade? A resposta, por certo, admite variações, mas todas se enraizam de algum modo na ordem do consumo. Roger Garaudy, por exemplo, argumenta na direção de que o planeta tem como denominador comum o "monoteísmo do mercado"<sup>16</sup> Richard Sennet vê nessa cultura uma "tirania da intimidade", uma feira de futilidades, ou seja, uma tematização obsessiva dos sentimentos, dos aspectos que melodramatizam a realidade, de tal sorte que "vemos a sociedade mesma como 'significativa' somente quando a convertemos num grande sistema psíquico".<sup>17</sup> Trata-se de uma cultura inimiga das relações impessoais e da res pública. Aos olhos de Sennet, podemos deduzir, o que há é um recuo, um retrocesso que põe a perder a impessoalidade conquistada pelo processo civilizador da modernidade. Há ainda os que, como Guy Debord, não falarão de uma "cultura mundial", preferindo eleger o espetáculo como a lei mais funda da contemporaneidade.<sup>18</sup> Renato Ortiz, porém, sem necessariamente dialogar com esses outros autores, sustenta o paradigma mais abrangente para a "cultura mundial": o consumo. A cultura mundial é pois a cultura da sociedade de consumo.

Fiquemos, por ora, com esse paradigma. Ele não impede, mas estimula as variações posteriores. Assim como não exclui a construção ideológica da integração nacional. O caso brasileiro, bem a propósito, é exemplar. No Brasil, a nacionalidade se integrou no imaginário por meio da televisão.<sup>19</sup> Esse processo, contudo, já acontece dentro dos marcos da televisão comercial, que opera desde segundo a lógica do consumo. A comunicação própria da sociedade de consumo, voltada estruturalmente para o consumo, chama para si a tarefa de consolidar a integração ideológica da nacionalidade, e a realiza, integrando-a também desde o início numa espacialidade voltada para o consumo.<sup>20</sup>

É certo que a espacialidade alterada pela instância da imagem ao vivo segue, sim, a lógica do espetáculo; ela cultiva, sim, algo próximo de um "monoteísmo do mercado"; e ela tematiza obsessivamente aspectos da esfera íntima - mas, em qualquer dessas vertentes, teremos o direcionamento dos

<sup>13</sup> ORTIZ, *Cultura e...*, p. 191.

<sup>14</sup> ORTIZ, *Cultura e...*, p. 193.

<sup>15</sup> ORTIZ, *Cultura e...*, p. 245.

<sup>16</sup> GAROUDY, Roger. *Rumo a uma guerra santa?*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1995, página 159.

<sup>17</sup> SENNET, Richard. *O declínio do homem público*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995, p. 17.

<sup>18</sup> DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

<sup>19</sup> KEHL, Maria Rita. "Eu vi um Brasil na TV". In: KEHL, Maria Rita, COSTA, Alcir Henrique e SIMÕES, Inimá. *Um país no ar*. São Paulo: Ed. Brasiliense/Funarte, 1986. BUCCI, Eugênio. *Brasil em tempo de TV*. São Paulo: Boitempo, 1996.

<sup>20</sup> A espacialidade voltada para o consumo distorce a própria esfera pública, concorrendo para privatizá-la. Ver, sobre o caso brasileiro, BOLAÑO, César. "A reforma das telecomunicações no governo FHC", na revista *Universidade e Sociedade*, órgão da ANDES (Associação Nacional dos Docentes do Ensino Superior), ano VIII, número 15, fevereiro de 1998, página 29: "A televisão adquire cada vez mais um papel preponderante na organização do consenso e na expansão da sociedade de consumo. A tendência atual nessa área é a do aumento da segmentação do público e a da construção de uma nova esfera pública privatizada."

**21** "A equação da era visual: Visível=Real=Verdadeiro. Ontologia fantasmática da ordem do desejo inconsciente. No entanto, desejo, doravante, bastante poderoso e bem equipado para linhar seus sintomas em uma verdadeira nova ordem. Somos a primeira civilização que pode julgar-se autorizada por seus aparelhos a acreditar em seus olhos." DEBRAY, Régis, *Vida e morte da imagem*. Petrópolis: Vozes, 1993, p. 358.

**22** ORTIZ, *Cultura e...*, p. 246, citando JARRY, P. *Les magasins de nouveautés*, p. 28.

**23** CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e Cidadãos, conflitos multiculturais da globalização*, Editora da UFRJ, 1995, p. 59

fluxos, da mobilidade e da comunicação fortemente voltado para o consumo, para a exposição e circulação de mercadorias. Isso não significa que se aceite, aqui, a acepção liberal do termo consumo, aquela que se alicerça na ideologia do poder do cliente. A adoção da expressão sociedade de consumo não implica aceitar a crença de que o consumidor seja uma instância crítica independente, capaz de ditar, com decisões racionais, os destinos da produção e da circulação de bens - não há independência do consumidor, pelos mesmos motivos que não há a alegada racionalidade presidindo a comunicação no teleespaço público. A "ordem do desejo inconsciente", a que se refere Debray **21**, subordina a todos. Guardada essa cautela, a expressão sociedade de consumo é eficaz, pois dá conta de enfatizar de modo apropriado que esta sociedade tem seus espaços de trânsito e de circulação voltados para o (mercado de) consumo.

O consumo, afinal, é o dinamismo de toda circulação e, se é a circulação quem atua como princípio estruturante na espacialidade, o consumo, ou o mercado de consumo, ou a sociedade de consumo, atuam como definidores. Tanto é assim que podemos, nos termos em que se debate aqui a espacialidade, sugerir que o teleespaço público está mais distante do ideal iluminista da opinião pública e está mais próximo das vitrines que emolduravam o circuito errante do flâneur. É precisamente nesse sentido, e em nenhum outro, que teleespaço público e sociedade de consumo são, hoje, categorias de espaço que se fundem e se confundem. É como se a universalidade dos grands magasins, que pretendiam oferecer ao público "todos os objetos produzidos necessários à existência" **22**, se convertesse no imperativo do consumo universal: existir para necessitar de tudo quanto o mercado venha a oferecer. A modernidade, portanto, engendra, pela comunicação e pela circulação (de informações, de mercadorias, de capital, de pessoas), a sociedade de consumo como lugar. E esse lugar não é mais fixo nem físico. Estar na sociedade de consumo, em larga medida, corresponde a estar no teleespaço público: os atores falam uma linguagem do mercado, voltada para o consumo, mesmo quando interpelados como cidadão, e interpela-se o cidadão intimando-o como consumidor. A um tal ponto que só o consumo parece dar conta de localizar o sujeito dentro do teleespaço público ou dos espaços públicos específicos. "Consumir é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora", diz Canclini. **23**

São mudanças estruturais nos padrões de espacialidade. O consumo proporciona a localização da cidadania, inscreve o sujeito no espaço - em qualquer parte que ele esteja. O teleespaço público só pode ser entendido na atualidade como um conjunto de tensões e contradições passíveis da mediação pelas instituições mediáticas. Em nada o teleespaço público se assemelha aos espaços físicos firmemente delimitados que a modernidade cuidou de explodir. Muito longe dos velhos espaços, estáticos, ele é circulação e comunicação - é movimento em tempo real. A sua ossatura já não está mais em estruturas concêntricas - em torno de um burgo, de uma igreja, de uma casa grande -, mas reside nas rotas de trânsito, dos caminhos das mercadorias e das redes informatizadas de comunicação: o que fixa é justamente aquilo que se move. Para o consumo.

## **5** A supermodernidade e a superabundância

Qual é a natureza desse lugar que fixa sem ter ponto fixo, isto é, que define a espacialidade à medida que faz transitar? Ele não é um lugar que sedia uma cultura, não é um ambiente geograficamente definido. Esse lugar, voltado para o consumo, pode estar em qualquer parte e não se faz concreto em parte

alguma. Sua materialidade é a pura circulação. Que lugar é esse? A única resposta capaz de fazer sentido é aquela que se possa articular pela negativa. Assim como o tempo perseguido pela instância da imagem ao vivo tende a ser o tempo zero (busca-se a instantaneidade), e assim como a distância tende a ser nula, quer dizer, a distância deve se reduzir à não-distância (a ubiqüidade), o lugar, sendo estruturado por aquilo que não pára, mas circula incessantemente, aproxima-se fortemente do "não-lugar". Aqui, é preciso buscar apoio na fala antropológica de Marc Augé, cujo conceito de "não-lugar" ajuda a desembaralhar a definição do lugar pela negação do lugar.

Augé mergulha na análise da proliferação dos espaços destinados à passagem: ele não vai discutir materialidade ou imaterialidade, mas sua reflexão nos conduz ao fenômeno da materialização das redes comunicativas, materialização que se seguiu à pulverização dos velhos espaços. Para dar o contexto de seu conceito de não-lugar, Augé começa por estabelecer uma divisão entre a modernidade e o período que a teria sucedido, batizado por ele de "supermodernidade". Com esse nome, de supermodernidade, ele escapa às escaramuças que se armam em torno da expressão "pós-modernidade". E também não polemiza por aí. Diz, apenas, que a supermodernidade constitui "o lado 'cara' de uma moeda da qual a pós-modernidade só nos apresenta o lado 'coroa' - o positivo de um negativo".<sup>24</sup> Faz sentido. Se os debates acerca da pós-modernidade tendem a anotar características, por assim dizer, demasiadamente "comportamentais" da paisagem social e histórica, a idéia de supermodernidade busca fundamentos estruturais.

A característica da supermodernidade, para Augé, é o excesso - e o excesso necessariamente decorre das relações de produção e das relações consumo, embora Augé, falando a partir do domínio da antropologia, não explore conceitos como o de relação de produção. O excesso, ou a superabundância, que caracteriza a supermodernidade, pode se verificar em três planos distintos: a superabundância factual, a superabundância espacial e a individualização das referências (uma superabundância de referências individuais), aos milhares, aos milhões. A superabundância factual é dada pela aceleração da história, "que [agora] nos segue como nossa sombra, como a morte"<sup>25</sup>, numa multiplicação dos acontecimentos nunca prevista.<sup>26</sup> Os eventos são inúmeros, jorram em profusão, repercutem ruidosamente e se convertem em história no dia seguinte, compondo uma memória presente e multicolorida, que não cessa de ecoar. A superabundância espacial é dada, paradoxalmente, pelo encolhimento do planeta. As regiões remotas se tornaram próximas demais e ficam ao alcance da mão, numa oferta excessiva de espaço. "Estamos na era das mudanças de escala, no que diz respeito à conquista espacial, é claro, mas também em terra: os meios de transporte rápidos põem qualquer capital no máximo a algumas horas de qualquer outra."<sup>27</sup>

A superabundância espacial se revela pelo fato de que o mundo inteiro pode caber na privacidade de cada um: "Na intimidade de nossas casas, enfim, imagens de toda espécie, transmitidas por satélites, captadas pelas antenas que guarnecem os telhados da mais afastada de nossas cidadezinhas, podem dar-nos uma visão instantânea e, às vezes, simultânea de um acontecimento em vias de se produzir no outro extremo do planeta. (...) Além disso, é preciso constatar que se misturam diariamente nas telas do planeta as imagens da informação, da publicidade e da ficção, cujo trabalho e cuja finalidade não são idênticos, pelo menos em princípio, mas que compõem, debaixo de nossos olhos, um universo relativamente homogêneo em sua diversidade."<sup>28</sup>

<sup>24</sup> AUGÉ, Marc. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 1994, p. 33.

<sup>25</sup> AUGÉ, p. 30.

<sup>26</sup> AUGÉ, p. 31.

<sup>27</sup> AUGÉ, p. 34.

<sup>28</sup> AUGÉ, p. 34.

Isso nos leva diretamente para o terceiro aspecto do excesso da supermodernidade, que é a individualização de referências. Os gêneros e estilos culturais multiplicam-se exponencialmente, há uma simultaneidade vertiginosa de opções para o lazer, mesmo para a fé religiosa, como para a formatação de modos de vida. A chamada individualização de referências, em abundância, é incontestável. Ela, porém, acontece como paradoxo: a diversidade ocorre, a multiplicação das referências ao nível de cada indivíduo está aí, mas o pano de fundo é sempre um universo relativamente homogêneo. "Nas sociedades ocidentais, pelo menos, o indivíduo se crê mundo", diz Augé. De fato, podemos acrescentar, tudo se individualiza: os processos de produção de sentido, as maneiras de se portar no meio da rua, de organizar a tela do computador pessoal... mas - eis o paradoxo - ao mesmo tempo, as individualidades nunca estiveram tão interconectadas pelas referências coletivas virtuais - que no entanto são efêmeras. Do que Augé se dá conta, mas nem tanto: "A individualização dos procedimentos, observemos, nem é tão surpreendente se nos referirmos às análises anteriores: nunca as histórias individuais foram tão explicitamente referidas pela história coletiva, mas nunca também, os pontos de identificação coletiva foram tão flutuantes. A produção individual de sentido é, portanto, mais do que nunca, necessária." <sup>29</sup> Necessária, fique claro, para que exista um horizonte de liberdade. Sem a produção individual de sentido, a vida estaria perdida para sempre. Augé, nessa linha, destaca as "singularidades de toda ordem, que constituem o contraponto paradoxal dos processos de relacionamento, aceleração e de deslocalização muito rapidamente reduzidas e resumidas, às vezes, por expressões como 'homogeneização - ou mundialização - da cultura'." <sup>30</sup> Ou seja: as individualizações e singularidades têm como contrapeso o estabelecimento do que Ortiz chamou de cultura mundial. A cultura mundial, conclui-se, é produzida de diferenças nem tão tênues que se tornem invisíveis, nem tão profundas que desfaçam a unidade dada pelo consumo.

A partir do excesso - que pressiona por mais vias de circulação -, Augé vai desenvolver o conceito do não-lugar.

**29** AUGÉ, p. 39.

**30** AUGÉ, p. 41.

## **6** O conceito de não-lugar

De início, o não-lugar representa um espaço que não é ponto de fixação de uma cultura - e não obstante é, digamos, lugar social, mas talvez seja precipitado dizer isso. O não-lugar nasce em oposição à "noção sociológica de lugar, associada por Marcel Mauss e por toda uma tradição etnológica àquela de cultura localizada no tempo e no espaço". Augé prossegue: "Os não-lugares são tanto as instalações necessárias à circulação acelerada das pessoas e bens (vias expressas, trevos rodoviários, aeroportos) quanto os próprios meios de transportes ou os grandes *shopping centers*, ou ainda os campos de trânsito prolongado onde estão estacionados os refugiados do planeta." <sup>31</sup> O não-lugar é, assim, o lugar de passagem: é a própria função da circulação cristalizada em um espaço de não-permanência. Como uma definição básica, ou mesmo rudimentar, digamos que o não-lugar seja a sala de embarque no aeroporto, o interior do avião, os saguões onde são "armazenados" os "passageiros em trânsito", o hospital a que se vai para ter o filho ou aonde se vai para nascer, as estradas ou os ônibus. No não-lugar não pode se dar o enraizamento do sujeito: ali, ele não encontra o passado de seus antepassados, ou a história que encarna

**31** AUGÉ, p. 37.

sua memória; ali não o espera a sua própria identidade, e nem aqueles com que ele vai se relacionar, delimitando o espaço socialmente como seu. "Se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não-lugar." **32**

**32** AUGÉ, Marc. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papyrus, 1994, p. 73.

Os não-lugares, talvez se possa dizer, são exatamente aqueles espaços - não-identitários, não-relacionais e não-históricos - voltados para a circulação. Os não-lugares da supermodernidade materializam a circulação como ossatura fluida do espaço, em oposição à desmaterialização dos espaços identitários convencionais que foram pulverizados pela modernidade.

"A supermodernidade é produtora de não-lugares, isto é, de espaços que não são em si lugares antropológicos e que (...) não integram os lugares antigos: estes, repertoriados, classificados e promovidos a 'lugares de memória' [museus, parques, sítios históricos, patrimônios culturais etc.], ocupam aí um lugar circunscrito e específico. Um mundo onde se nasce numa clínica e se morre num hospital, onde se multiplicam (...) os pontos de trânsito e as ocupações provisórias, onde se desenvolve uma rede cercada de meios de transporte que são também espaços habitados (...) propõe ao antropólogo, como aos outros, um objeto novo. (...)" **33**

**33** AUGÉ, páginas 73-74.

O objeto novo é o campo em que o sujeito vagueia, saltando, em suspenso, sobre as distâncias. O objeto novo são os não-lugares - os aeroportos, os vagões do metrô, e também as cabines telefônicas, os caixas-automáticos -, que se proliferam por toda parte. Augé diz que eles "medeiam todo um conjunto de relações [do indivíduo] consigo e com os outros". **34** Não representam a totalidade do teleespaço público, é claro, mas pontuam as relações que se estabelecem no interior do teleespaço público - e entre espaços públicos mais convencionais. Não há como mover-se na supermodernidade de Augé sem deixar-se escorrer pelos não-lugares. Não há um não-lugar isolado, separado espacialmente do resto: lugares e não-lugares que se entrelaçam.

**34** AUGÉ, p. 97.

Ao pensar a espacialidade dos nossos dias, é preciso admitir a presença dos não-lugares em cada possível lugar, em cada lugar qualquer, em cada possível espaço. "Na realidade concreta do mundo de hoje, os lugares e os espaços, os lugares e os não-lugares misturam-se, interpenetram-se. A possibilidade do não-lugar nunca está ausente de qualquer lugar que seja." **35** A mobilidade, a circulação, a rede de comunicação demandam a emergência de um não-lugar. Uma agência bancária pode ser um lugar de trabalho - e um não-lugar para o cliente. Lugar e não-lugar se combinam num novo padrão de espacialidade: mas a marca da supermodernidade é a fabricação do não-lugar. "O lugar e o não-lugar são, antes, polaridades fugidias: o primeiro nunca é completamente apagado e o segundo nunca se realiza totalmente - palimpsestos em que se reinscreve, sem cessar, o jogo embaralhado da identidade e da relação. Os não-lugares, contudo, são a medida da época." **36**

**35** AUGÉ, p. 98.

Auge não diz exatamente isso, mas pode ser dito aqui o seguinte: o aspecto que talvez mais realce a natureza do não-lugar, natureza vinculada necessariamente à supermodernidade, é que, nele, a imagem fala. O mínimo necessário, mas fala. O não-lugar é próprio de uma época (medida de uma época) em que a imagem apressa a comunicação e a circulação, quebrando as limitações (trincheiras) idiomáticas. É próprio da comunicação elementar dos infográficos, dos sinais visuais para os passantes, que indicam objetos, direções de fluxos, orientam procedimentos, mas não fixam o sentido assim como não

**36** AUGÉ, p. 74.

fixam o sujeito. Por isso, pelo uso da imagem pautado pelo excesso da supermodernidade (o excesso fatorial traduzido em jorro ininterrupto de imagens em profusão, o excesso espacial traduzido em redução de distâncias pela proximidade das imagens, e a superabundância de referências individuais traduzida em multiplicidade das imagens simultâneas), o não-lugar, como tal, só se faz possível na atualidade.

Antes, o fluxo para fora era um destino de exceção para o excedente social (e o que circulasse ia para fora do espaço); agora, o fluxo é o único "princípio estruturante" do espaço, no qual predomina o excesso (o que não circula é que está fora). Pois, aí, a imagem circula e a mercadoria se reveste da qualidade de imagem para melhor circular. A mercadoria veste-se como imagem para assim ser, senão identificada, eficientemente etiquetada, dando visibilidade (vitrine) à sua circulação, daí o fato de que o seu caráter de mercadoria reside mais em sua visibilidade do que em sua substância corpórea. A imagem é critério material. Não que ela, imagem, circule mais ou faça circular mais que a palavra: a imagem pode circular antes. A supermodernidade de Augé, embora Augé não o diga nesses termos, produz o não-lugar na medida em que a imagem pode alçar, ainda que em circunstâncias ultra-específicas, seu vôo de signo autônomo. Signo autônomo significa: signo compreensível universalmente, signo traduzível. Tal emprego da imagem se concentra numa pequena quantidade de vocábulos básicos como "aqui é o banheiro masculino", ou "insira o seu cartão ali", ou "caixa registradora acolá" - é um vocabulário próprio do não-lugar, vocabulário visual que acaba, por fim, contribuindo para reforçar a instância da imagem como idioma, ainda que restrito, muito restrito, no plano geral.

## **7** O não-lugar, as instituições mediáticas e a televisão

O conceito do não-lugar é ainda mais fecundo para os estudos da comunicação quando aplicado - possibilidade que Augé deixa indiretamente proposta, mas não explora - aos procedimentos das instituições mediáticas que estabelecem a circulação virtual de mercadorias e das demandas múltiplas do consumo: sites virtuais da Internet, os programas de computador (não-lugares em que o usuário busca ferramentas universalmente oferecidas para um uso individual), os canais interativos de TV por assinatura, pelos quais o telespectador encomenda filmes. São entrepostos virtuais, rotas de passagem, não-lugares. E é sobretudo nos não-lugares das instituições mediáticas que a comunicação é organizada a partir das imagens. Ali estão os ideogramas, infográficos, ícones; só depois vêm os números e, num terceiro nível, surgem então as palavras. Em inglês. E poucas.

Voltando ao plano geral da espacialidade tal como ela é posta pela instância da imagem ao vivo, é possível supor, e apenas supor, que uma tendência interna da televisão seja justamente a de reduzir o espaço público a um não-lugar totalizante - tendência que, no entanto, jamais se realiza. Vale tomar emprestado a Augé o conceito de não-lugar para refletir sobre a televisão, um objeto do qual ele não cuida. O não-lugar absoluto não é mais aquele que liga uma cidade a outra, ou um cliente a um "serviço", nem é apenas o lugar de trânsito. Ele é, antes, a permanência do trânsito, o estado do eterno

transitar, com ubiqüidade e instantaneidade. A televisão efetivamente se oferece como campo de passagem - tem algo nela que é o não-lugar. Ela é passagem imediata, mas sempre simulada. Ela simula a ausência de lentes e filtros, simula a ausência de intermediações, isto é, põe-se como se não houvesse nada entre o que se retrata (aquilo a que se refere) e o espectador, e é nessa medida que ela se sobrepõe às demais espacialidades, encobrindo-as e concorrendo para anulá-las. Ao ser o lugar algum ela é um lugar qualquer, um lugar-curinga. Sobrepõe-se aos lugares e assuntos que toma por objeto. É por estar em todos os lugares ao mesmo tempo, estado que advém da simulação que esconde as intermediações, que ela consegue substituir-se aos lugares nos quais está. Por meio dela, mas não apenas dela, a instância da imagem ao vivo revoga as anteriores - e faz as vezes delas.

Isso significa então que o mundo inteiro é um reality show ou um grande programa de auditório ao vivo? Com efeito, o mundo é isso - muito mais do que se supõe - mas não é isso completamente - e não o é por motivos outros que não aqueles que se supõem habitualmente. Não é porque o público tem capacidade crítica que o mundo não é um enorme auditório (o público não é tão crítico assim). Não é porque a televisão não tem capacidade de abarcar potencialmente todos os espaços públicos num só (ela tem). O mundo só não é completamente um grande auditório porque, por baixo, no subterrâneo desse auditório, a vida corre, com suas surpresas e seus movimentos imprevisos. A televisão abarca os espaços, mas não resolve a História por antecipação.

O decisivo para nós é que o modo de se pôr do não-lugar totalizante da televisão não revoga, de modo algum, os conceitos de espaço público ou de telespaço público, mas consiste numa simulação de totalidade, simulação que tem lugar no telespaço público. A meta de eliminar todo tempo e toda distância é a medida da obsessiva circulação das imagens, das mercadorias, das pessoas, dos sujeitos, da informação, do capital e do que mais se queira, mas não se realiza inteiramente sobre toda a complexidade social. O não-lugar não pode ser, nem mesmo nos termos estritos em que Augé o discute, a espacialidade absoluta. Logo, a suspensão de tempo e de espaço não pode ser também tomada em termos absolutos. É certo que a espacialidade posta pela supermodernidade de Augé - em oposição à espacialidade comunitária e a espacialidade ideológica da nacionalidade - altera em definitivo os padrões do espaço em que nos movemos. É certo que essa espacialidade pode ser contida pela televisão como fundadora, pela instância da imagem ao vivo, do telespaço público. Mas ela não decreta a abolição em definitivo o tempo e o espaço: ela apenas modifica seus padrões.

Daí termos recorrido ao conceito de não-lugar de Augé. Embora ele não concentre em si a natureza da televisão, ele nos ajuda a explicitar o alcance dessa mudança de padrão e ilumina o modo radical como a televisão altera a espacialidade. Pois a televisão, embora não se reduza a esse conceito, propõe-se com características que a aproximam da noção de não-lugar, do mesmo modo que há elementos (ou ilhas) de não-lugar no telespaço público, ainda que este não se possa reduzir a um não-lugar. O não-lugar da TV, não sendo absoluto nem isolado, pode ser pensado como algo que se entrelaça com o lugar social que é o telespaço público posto pela TV. A televisão simula a ausência de mediações, a ausência de enraizamento fixo e a ausência de contradições. Nessa perspectiva, a instância da imagem ao vivo existe para produzir identidade por

**37** Ver, a esse propósito, CHAUI, Marilena. *Conformismo e Resistência*. São Paulo: Brasiliense, 1989, terceira edição (a primeira edição é de 1986), p. 31. Citando Claude Léford, a autora lembra que a comunicação de massa "cria um espaço social *sui generis* porque substitui o espaço social concreto, feito de divisões, diferenças, interditos e limitações, por um espaço homogêneo e transparente, aberto a todos e no qual os indivíduos privatizados e isolados ganham a ilusão de pertencer a uma comunidade". É assim que, acrescenta a autora, "os indivíduos privatizados e isolados ganham a ilusão de pertencer a uma comunidade." Ver também, KEHL, Maria Rita. "Eu vi um Brasil na TV". In: KEHL, Maria Rita, COSTA, Alcir Henrique e SIMÕES, Inimá. *Um país no ar*. São Paulo: Ed. Brasiliense/Funarte, 1986, p. 170: "Essas imagens únicas que percorrem simultaneamente um país tão dividido como o Brasil contribuem para transformá-lo em um arremedo de nação, cuja população, unificada não enquanto 'povo' mas enquanto público, articula uma mesma linguagem segundo uma mesma sintaxe. O conteúdo dessa linguagem importa menos que seu papel unificador, uniformizador: a integração se dá ao nível do imaginário".

sobre as contradições, tendendo a ocultá-las ou a arranjá-las em blocos de sentido quase que psíquico (no sentido de Sennet), ou tendendo a arranjá-las num todo homogêneo e transparente para promover a integração<sup>37</sup>. A televisão, mesmo se pondo como isso que aqui chamamos, apenas para efeito de argumentação, de não-lugar totalizante, é também, pois, um campo de conflito, ainda que assim procure não se deixar ver - e de um conflito que no não-lugar original de Augé não teria como se dar. A televisão põe o telespaço público que, parecendo um não-lugar, um lugar não-social onde conflitos não podem instalar-se, é de fato um lugar social definido, isto sim, pelas contradições (sociais e históricas) que lhe são essenciais e fundadoras. O campo das imagens contidas na televisão e por ela postas em circulação, cuja visibilidade se faz (mais ou menos) publicamente acessível, só pode ser pensada como um não-lugar totalizante desde que se tenha em conta que ela atua assim como simulação. O telespaço público se define como lugar social não porque tenha uma fixação geográfica ou identitária - que o não-lugar não tem -, mas porque, mesmo sendo um telespaço e, portanto, definido por telepresenças e por virtualidades, como o não lugar, concentra em si, materilmente, as contradições sociais e históricas - o que o não-lugar não é capaz de concentrar, pois abstrai-se a elas. No telespaço público há luta de classes e luta de sentidos - no não-lugar isso não pode haver.

Não obstante, há simulação no telespaço público. Ele, aliás, mostra-se como universo homogêneo e transparente por obra da simulação que o caracteriza. A simulação é possibilitada por um outro padrão de espacialidade que, sim, tem a ver com o não-lugar. É um padrão da espacialidade típico do não-lugar: faz-se como a reverberação emanada do trânsito, do fluxo, da circulação das imagens, numa sociedade em que os espaços públicos possíveis são gerados pelas instituições mediáticas sobre as quais pesa a hegemonia da imagem ao vivo - que subjuga as outras espacialidades. Daí é que o "lugar da televisão" acaba substituindo os lugares aos quais a televisão se referencia. O seu vazio se enche de suas presas - e continua para sempre vazio.

Mas é preciso enxergar para além disso. Para além da ubiqüidade, da instantaneidade e da simultaneidade (para além do excesso factual, do excesso espacial e da superabundância de referências individualizadas), para além do plano da simulação de homogeneidade e transparência, é preciso enxergar como é que se estabelece o lugar social, como é que o telespaço público é, de fato, lugar social que absorve o não-lugar em suas características (tanto que é possível, ainda que seja precipitado, dizer que o não-lugar pode ter parte na constituição do lugar social). É preciso enxergar de que modo, enfim, a própria História prossegue. É preciso enxergar mais e não se consegue enxergar mais; as maiores dificuldades não vêm propriamente do comportamento "alienado" do público, ou do "uso" eficaz que a "manipulação" faz dos tais "meios de comunicação", mas das próprias teorias que se pretendem críticas. Para elas, é muito difícil conseguir enxergar a televisão da imagem ao vivo como um novo padrão de espacialidade, e não mais como um mero veículo entre espaços autônomos entre si. Mais difícil ainda é admitir que a televisão não se confina na definição de "meio" de comunicação, ou de "veículo", mas que, de algum modo, se constitui como lugar - um lugar que tem parte com esse não-lugar totalizante que engole as outras espacialidades. A televisão funda o telespaço público à sua imagem (ambígua) e semelhança. Assim, sendo totalizante, mesmo que numa estratégia de simulação, a televisão precisa ser pensada como lugar que sedia os eventos ditos reais.

Acomodemo-nos por alguns minutos na poltrona do não-lugar. Fazamos dele uma sala de espera e, depois, uma passagem, não-lugar que ele é, para a discussão da temporalidade.

Um dia, o que era sólido se desmanchou no ar etc. A partir dos não-lugares, o que era fugaz e excepcional ganhou a tessitura de uma rede elétrica. Tornou-se a norma. O ir-e-vir das pessoas e das coisas ganhou a concretude de linhas fixas (estradas de ferro, linhas aéreas, rotas marítimas) - e, mais que isso, retirou sua materialidade histórica da sua condição de indústria, de sua natureza de atividade econômica determinada pelas relações de produção. Os movimentos do capital na velocidade da luz, efetuado por funcionários em terminais que se instalam como não-lugares cibernéticos, ganham o estatuto de procedimento de rotina - e, mais que isso, retiraram sua materialidade histórica de sua capacidade de criar e destruir relações sociais (são mercados que se esboroam a leste para que outros se abram a oeste, são fábricas que vão à falência num continente para que outras se instalem numa ilha). E não é só. Tudo aquilo que seja imagem, e só imagem, imagem desprovida de matéria e projetada no ar, pode instantaneamente ganhar solidez. Num mundo em que a mídia, na expressão de Octavio Ianni, consegue "transfigurar o real em virtual [a guerra do Golfo, por exemplo, vira um espetáculo *a la* videogame na televisão] da mesma maneira que o virtual em real"<sup>38</sup>, as promessas de prazer, divertimento e gozo anunciadas pela imagem eletrônica se concretizam em cenários interativos de concreto, aço, vidro, asfalto e até de plantas e animais (humanos, inclusive), que se comportam como não-lugares. Bordéis para milionários em Paris são não-lugares.

Podemos propor, assim, que locais de lazer hiperativo como os parques da Disney têm um componente dominante de não-lugar. Na Disney, como no não-lugar de Augé, "a supermodernidade faz do antigo (da história) um espetáculo específico - como de todos os exotismos e particularismos locais". Também na Disney, "o espaço da supermodernidade só trata com indivíduos (clientes, passageiros, usuários, ouvintes), mas eles só são identificados, socializados e localizados (nome, profissão, local de nascimento, endereço) na entrada ou na saída".<sup>39</sup> A Disney era uma imagem (virtual) que se solidificou. A terra de Marlboro, essa reserva ecológica do imaginário, está se erguendo também como não-lugar. De fato. Comerciais de TV anunciam a Terra de Marlboro como um parque desértico onde se disputam corridas e onde se promovem cavalgadas. O consumidor pode mandar um e-mail, ou telefonar, e cadastrar-se para então ir até lá e, fisicamente, tomar parte nas aventuras da terra de Marlboro. "A Nova Ordem Mundial é disneyca.", diz Baudrillard. "O virtual compra o real a preço baixo e o expele tal qual, em forma de prêt-à-porter.(...) A própria realidade, o próprio mundo, com toda a sua atividade frenética de clones, já se transformou em performance interativa, em uma espécie de Luna Park das ideologias, das técnicas, do saber e até mesmo da destruição - tudo isso para ser clonado e ressuscitado num museu infantil da imaginação, num museu virtual da imaginação."<sup>40</sup> A distinção entre o que é corpóreo e o que é virtual deixa de ser relevante. Ambos se alternam. O que é apenas um outro modo de dizer a mesma coisa que se disse aqui mais de uma vez: que a materialidade dos lugares convencionais se esvazia, que a sua materialidade corpórea simplesmente perde o sentido.

<sup>38</sup> IANNI, Octavio. *Teorias da Globalização*, Quinta Edição, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998, p. 109.

<sup>39</sup> AUGÉ, p. 101.

<sup>40</sup> BAUDRIALLARD, Jean. Jean Baudrillard, especial para o Libération, publicado no caderno "Mais!", *Folha de S. Paulo*, de 9/2/97.

Se recuperarmos rapidamente a noção de supermodernidade, veremos que o campo de produção do excesso e da superabundância não se encontra sobre um suporte físico (um chão de fábrica, um território geográfico preciso), mas se realiza nessa nova espacialidade constituída pelas rotas de circulação e pelas redes de comunicação. Em uma palavra: o excesso de Augé só pode acontecer na sociedade em que os espaços públicos são gerados pela comunicação mediática, dominados pela instância da imagem ao vivo. Esse excesso específico (factual, temporal e de referências múltiplas) é próprio de um mundo mediado pela televisão e, num outro nível, de um mundo contido na representação (que se simula transparência e não-representação) da televisão. Ele acontece, como resulta bastante óbvio, no campo mesmo da imagem. Não surpreende, pois, que o não-lugar tenha na imagem a sua comunicação preferencial - e que o não-lugar seja ele próprio uma praça de consumo de imagens.

Finalmente, antes de passarmos à discussão dos padrões alterados de temporalidade, é conveniente dizer que o não-lugar, ao negar o lugar histórico (antropologicamente entendido como tal), nega também o tempo histórico. Em todos esses mundos suspensos sobre o mundo ou, melhor, em todo esse mundo feito de mundos suspensos, o sujeito histórico não age, pois neles a história não acontece. Está congelada. Não há história social na terra de Marlboro. Na Disney. No quarto do motel. No aeroporto. No site da Nintendo. Há aí, sim, resíduos para uma história das mentalidades, há pistas para uma história da vida privada, há uma antropologia e uma arqueologia possíveis; mas esses não são os lugares sociais nos quais os sujeitos atuam socialmente. Uma das marcas registradas dos não-lugares de Augé, por sinal, é que, por eles, o passageiro trafega sem sua identidade. Os não-lugares não acomodam o sujeito histórico, o ator social, mas um viajante. Necessariamente dividido entre dois âmbitos que se tangenciam, que se aderem. A semelhança com o flâneur, aqui, não é coincidência. O flâneur era aquele, já vimos, que se encontrava "no limiar tanto da cidade grande quanto da classe burguesa. Nenhuma delas o subjugou. Em nenhuma delas se sente em casa".

Afastando-nos relativamente das proposições de Augé, entendemos que o passageiro do não-lugar se constitui exatamente nesse limiar, que dele exige, sem concessões, a condição de passante. Mesmo quando o passageiro, paralisado, vê-se diante de mundos que rodopiam em torno dele, que trafegam virtualmente - ou nem tão virtualmente assim (os turistas em sight-seen, essa sintomática modalidade de viagem de lazer, na qual a cidade, de fato, in loco, é mostrada aos clientes através das janelas enormes dos ônibus de aluguel, vêem o que se chama realidade passar diante de si como se estivessem dentro de casa vendo um filme; a casa não é menos virtual que o ônibus de sight-seen) -, mesmo aí ele só se constitui no fluxo da supermodernidade como um passante. Isso Augé cuidou de anotar: o indivíduo não é quem é, antropologicamente identificado, no interior do não-lugar. Ele só anuncia quem é ao entrar ou ao sair do não-lugar: ele só se identifica "no controle da alfândega, no pedágio ou na caixa registradora". Ele completa: "o espaço do não-lugar não cria nem identidade singular ["identidade" aqui no sentido antropológico, aquela própria do lugar identitário] nem relação, mas sim solidão e similitude". **41** As mercadorias, acrescentamos nós, que trafegam como imagens e só assim podem trafegar - elas se vestem de imagens dando à sua circulação a necessária visibilidade -, também não carregam história, embora reverberem promessas de futuro breve. A imagem

e seu alcance, para a mercadoria refeita em imagem ou para o sujeito rarefeito em passante, dão, pois, a extensão do espaço, na mesma proporção em que o não-lugar é a "medida da época".

Vale o presente e ponto. O próprio tempo entra em suspensão. No não-lugar, o tempo histórico não existe. Diz a piada que a terra de Marlboro é "aquela que ninguém sabe onde fica mas é lá que os homens se encontram". Encontram, melhor dizendo, nada mais que a si mesmos refletidos num espelho qualquer do imaginário. "Assaltado pelas imagens que difundem, de maneira superabundante, as instituições do comércio, dos transportes ou da venda, o passageiro dos não-lugares faz a experiência simultânea do presente perpétuo e do encontro de si." **42** Em solidão.

Da idéia de presente perpétuo devemos partir para investigar a temporalidade posta pela televisão.

**42** AUGÉ, p. 95.

**43** AUGÉ, p. 96.

**44** BARBOUR, Julian. *The end of Time*. London: Weidenfeld & Nicolson, 1999, p. 12.

**45** BARBOUR. *The end...*, p. 20.

**46** KANT. *Crítica da razão pura*. São Paulo: Abril Cultural, 1983, p. 41.

**47** KANT. *Crítica da razão pura*. São Paulo: Abril Cultural, 1983, p. 48-9.

**48** BARBOUR. *The end...*, p. 274.

## 8 O tempo da televisão e seu gerúndio sem fim

### O fim do tempo

Não vivemos propriamente o fim dos tempos. Vivemos apenas o fim do tempo. Ao menos o fim da idéia de tempo. Na Física, o tempo dá sinais de fraqueza. Pensado como um fluxo contínuo e uniforme por Newton no século XVII (o tempo, para Newton, "flui uniformemente sem relação com nada que lhe seja externo" **43**), pensado por Einstein, no século XX, como uma referência nada absoluta, mas indissociavelmente atada ao espaço e à matéria (o tempo em Einstein tem portanto um começo, que é o Big Bang), ele vem tendo sua morte anunciada e talvez comemorada em inúmeras manifestações, como no livro *The End of Time*, de Julian Barbour. **44** "Newton poderia imaginar um mundo vazio mas não um mundo sem espaço nem tempo", diz Barbour. **45** "Muitos filósofos concordam com ele." Entre eles, podemos acrescentar, está Kant, que refunda a Filosofia com esses paradigmas: "O espaço é uma representação a priori necessária que subjaz a todas as intuições externas. Jamais é possível fazer uma representação de que não há espaço algum, embora se possa muito bem pensar que não se encontre objeto algum nele." **46** Ele diz o mesmo sobre o tempo: "Com respeito aos fenômenos em geral, não se pode suprimir o próprio tempo, não obstante se possa do tempo muito bem eliminar os fenômenos. O tempo é um dado a priori, ... não pode ser supresso. (...) A representação originária tempo tem, portanto, que ser dada como ilimitada." **47**

Para Barbour, a visão do tempo e do espaço como dados a priori, que não se podem abstrair, ainda permanece intacta, não apenas no senso comum, mas em paradigmas teóricos de uma multidão de cientistas. No campo da Física, no entanto, essa multidão diminui quanticamente. A vinculação entre tempo e espaço, impossível em Newton, é hoje facilmente verificável. Em parte, em função das demonstrações como as do próprio Barbour, para quem não há passado nem futuro no cosmos: "todas as histórias estão no presente". **48** Em outra parte, em função da difusão das pesquisas científicas na indústria do espetáculo. Mas, por anacronismo ou ironia, a visão newtoniana dos padrões de temporalidade é quase unânime, ainda, nos estudos da comunicação - e embaralham a visão do fenômeno que se nos apresenta. Vivemos o fim do tempo. Mas nós, os pesquisadores do campo da comunicação, ainda não sabemos disso.

## ○ espelho narcísico paradoxal

É sabido que, quando enxergamos uma estrela no céu, nós a estamos vendo no passado (caso o passado existisse no cosmos), isto é, estamos visualizando uma imagem que aconteceu há um tempo idêntico ao da sua distância, em anos-luz, até nós. A imagem do Sol, por exemplo, demora oito minutos para chegar à Terra, o que qualquer criança do ensino fundamental não se cansa de repetir. Se o Sol explodir, ou se ele apagar, só saberemos disso oito minutos depois, pois o que enxergamos dele não é o seu presente, mas seu passado - o passado do Sol é o nosso presente vital. Para nós, o Sol é uma realidade no instante em que se nos manifesta.

○ que dizer das imagens que nos são contíguas e corriqueiras? Quando alguém se olha no espelho, por exemplo, está se vendo no exato instante em que se vê ou está se vendo no passado? A pergunta que sugerimos, e que nos levará a um pequeno paradoxo, problematiza a nossa concepção de tempo - e por isso nos interessa de perto. Há um intervalo entre a partida de um raio de luz e sua chegada ao ponto de destino. Nem que seja um intervalo mínimo (a ponto de parecer-se intervalo nenhum), o intervalo estará conceitualmente posto.

Daí o paradoxo: se alguém instalar um espelho a dez minutos-luz da Terra, voltado para a própria Terra, e se esse alguém puder enxergar com clareza o que se reflete no espelho, verá então algo que se passou no planeta há vinte minutos: dez que a luz precisou para ir da Terra ao espelho mais outros dez que ela gastou para voltar até os olhos do observador. Se pudéssemos converter esse espelho num equipamento factível, teríamos uma máquina para espionar o passado. Poderíamos então instalá-lo a dois anos-luz do planeta ou, ainda, a 50 anos-luz. E até a 1 milhão de anos-luz. Qualquer tempo, qualquer distância. E assistiríamos em detalhes o passado do planeta, pois captaríamos nesse espelho, lá bem longe, as imagens das cenas que aconteceram na face da terra lá bem antigamente.

Agora: se encurtássemos a distância, trazendo a nossa máquina imaginária para mais e mais perto, a um minuto-luz, a um segundo-luz, a um microssegundo-luz de nós (o que seria uma distância da ordem de 300 quilômetros), estaríamos nos vendo quase que instantaneamente mas, mesmo assim, aquele intervalo-conceitual estaria ainda lá. Mesmo se nós nos olhássemos a nós mesmos pelo espelho.

Esse espelho-máquina, inventado aqui apenas para efeitos de argumentação, traz até nós uma evidência e duas interrogações. A evidência é de que o tempo - o tempo cósmico, e não o processo histórico, material e social, próprio da sociedade humana - é algo que não existe em si: ele é sempre é uma questão de distância. O tempo, enfim, é uma questão de espaço. E as interrogações: 1) Será que, assim como nós espionariamos o passado pelo espelho-máquina, alguém que do passado mirasse o espelho enxergaria a nós, no futuro? 2) É possível que o mesmo sujeito, olhando para si mesmo do futuro, se veja no passado e, do passado, contemple-se no futuro?

Não nos cabe especular sobre as respostas. Mas as interrogações, bem como a evidência e o pequeno paradoxo sugerido não nos são tão impertinentes assim. Basta que pensemos na constatação prosaica de que os sinais de rádio, depois de captados por cidades e antenas terrestres, perdem-se no espaço, indo embora, para longe, cada vez mais fracos. Na velocidade da luz. Uma antena instalada a 50 anos-luz da Terra captaria no ano 2000 resquícios da primeira emissão de TV do Brasil, que aconteceu em 1950. Se fosse possível fazer com que essa antena refletisse os mesmos sinais para o Brasil, outra vez, daqui a 50 anos captaríamos de novo a nossa primeira transmissão de TV. Ao vivo, de novo. O presente teria caminhado pelo espaço. Aquela imagem pioneira, convertida em ondas eletromagnéticas, ainda faz parte do nosso mesmo espaço-tempo, ela existe ainda, ao menos como possibilidade conceitual, por aí, no cosmos, em seu presente que caminha. O paradoxo do espelho - ou das ondas de

rádio que viajam em direção às estrelas - é uma forma de esclarecer que o presente constitui-se numa instância relativa - e historicamente posta. Para nós, ver algo no espelho, ouvir a voz do interlocutor durante uma conversa, falar ao telefone, captar ondas eletromagnéticas - tudo isso é presente, é instantâneo. Mas poderia ser passado - como parece passado encontrar uma garrafa boiando no mar da Bahia, com uma mensagem escrita ali dentro. Quanto ao presente instantâneo, como veremos a seguir, esse presente que é um presente eletrônico, mediático e imagético, tende a se expandir.

Hoje existe lugar, no mundo das idéias, para esse tipo de debate. Na Física ou na cultura. A provocação (ou a demonstração, depende do ângulo com que se aborde o tema) de Julian Barbour, por mais "científica" e "objetiva" que seja, não deixa de representar, também, e de modo enfático, o espírito da nossa época no que se refere ao problema da temporalidade. Ele parece dizer, no campo da Física, o que a cultura tem querido dizer em outros campos menos propensos a precisões. Há uma consonância entre a sua proposição do espaço sem tempo e a ansiedade por prolongar e perpetuar o presente, que é uma marca da nossa época. Essa consonância é ideológica. Isso não é uma crítica ou uma acusação a Barbour; seu livro não é melhor ou pior conforme tenha mais ou menos sintonia com a temporalidade do espetáculo. Trata-se, apenas isso, de verificar que, na Física ou na cultura, o conceito de tempo está sempre sujeito a intempéries. E, no tempo presente, sem repensar a temporalidade, não há como entender o que se passa. Sem ter em conta que o próprio conceito de tempo é um conceito historicamente produzido, por Einstein e Newton, na Física, ou pelos mais diversos filósofos no campo da cultura, não há como perceber, ao menos perceber, a hipótese de que hoje, pela dinâmica do espetáculo, do consumo e, num plano mais amplo, do capitalismo, a temporalidade está se modificando. A capacidade humana de pensar e conceber o tempo é outra. Por isso o tempo é outro, mas não só por isso.

Certamente a História, ou o processo histórico, a estrada sobre a qual se move a humanidade, não é uma reta absoluta, uniforme e previamente direcionada, mas um caminho pavimentado e produzido pela própria humanidade, e esse caminho não acabou. O tempo pode acabar - a História, não. A temporalidade linear, no entanto, a velha cronologia inspirada no fluxo newtoniano do tempo, independentemente do espaço, dos astros e da matéria (no cosmos), ou dos espaços públicos e das classes sociais (cá na Terra), essa temporalidade está morrendo. E ela não precisou de um físico que viesse matá-la. Ela foi sepultada pela instância da imagem ao vivo, na vida prática.

Num de seus anúncios autopromocionais, a CNN interpela o telespectador: "Onde é que você vai estar a próxima vez que a História acontecer?" A CNN adverte seu público: ou ele estará ligado nela ou perderá sua própria História. O palco em que a História acontece é a televisão, uma vez que a espacialidade da televisão adquiriu a prerrogativa de se sobrepor às outras, substituindo-as. Analogamente, a História se converte em um tempo televisivo. Ela é aquilo que vira História tão logo vire notícia: a História se vê refém da chancela do espetáculo. Só o que se vê tematizado pelo espetáculo entrará para o repertório comum, unificado, do público. E só isso será História. Imediatamente. O que nos lembra a expressão de Augé: "a História nos segue como a nossa sombra". **49** Eis o presente perpétuo: a História, como passado que não cessa de estar acontecendo, engole o telespectador. Ou: a História é engolida pelo presente, e vira espetáculo. E o presente se expande. "Aos poucos",

escreve Octavio Ianni, "a opinião pública forma-se e conforma-se com os signos, os símbolos, os emblemas, as figuras, as metáforas, as parábolas e as alegorias produzidos e divulgados como a realidade do acontecido acontecendo no momento momentoso em qualquer parte do mundo. O mesmo processo de descrever e interpretar, ou representar e imaginar, produz uma imagem da realidade, uma visão do mundo. Em geral, dá a impressão de que tudo é presente perpétuo, lugar sem raiz, fato sem história nem memória." **50**

**50** IANNI, Octavio. *Teorias da Globalização*, Quinta Edição, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998, p. 103.

### Adeus ao passado: ele voltou

O passado nem sempre foi o que pensamos que ele é. Bem como o futuro. Passado e futuro, assim como o número zero, não precedem a civilização, mas são criados por ela. São criados quando o passado e o futuro, com seus tempos verbais e suas construções condicionais, ganham lugar na língua (do mesmo modo que o zero precisa ganhar um lugar na linguagem matemática para existir no pensamento). Em *O Tempo na História*, G. J. Whitrow sustenta de modo convincente que "a introdução de tempos verbais foi um desenvolvimento relativamente tardio (...), foi somente nas línguas indo-européias que as distinções entre passado, presente e futuro se desenvolveram plenamente". **51** Só então se pôde falar de pretérito e do devir. O tempo é produzido pela civilização - e também alterado por ela. Diz Norbert Elias: "O tempo é um meio elaborado pelos homens para orientar-se. (...) Mas tampouco é uma simples 'idéia' que emirja de repente do nada na cabeça de um indivíduo. É uma instituição social diversa segundo o grau de desenvolvimento das sociedades." **52** E também Whitrow: "Assim como nossa idéia de história é baseada na de tempo, assim também o tempo, tal como o concebemos, é uma consequência da história." **53**

**51** WHITROW, G. J. *O Tempo na História*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1993, p. 26.

**52** ELIAS, Norbert. *Sobre El Tiempo*, Mexico, DF: Fondo de Cultura Eoconomica, 1997, p. 23.

**53** WHITROW, G. J. *O Tempo na História*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1993, p. 207.

Na Idade Média, um dado novo vincula a idéia de tempo à idéia de dominação: a máquina (relógio), que trouxe a promessa da objetividade de uma medida universal. Tempo é poder. Começa-se a empregar o relógio como instrumento de medição e, progressivamente, as jornadas de trabalho são delimitadas pelo movimento dos relógios - o que vai se consolidar na revolução industrial. O relógio, além de tudo o que se disse dele, veio atender a uma necessidade: ele precisava ser inventado para que o capital pudesse medir o trabalho que comprava. A partir daí, a medição do tempo ocupa também o centro dos espaços, confundindo-se com o núcleo geográfico do poder. "O desenvolvimento das manufaturas e do comércio, tornando a vida e o trabalho mais complexos, multiplica o uso dos marcadores de tempo. Eles se apropriam das torres das igrejas e dos campanários das cidades. Racionalidade urbana e temporal caminham juntas." **54** Horas e minutos quantificam o trabalho humano a ser comprado pelo capital, não raro com alguma ladroagem: "Geralmente os relógios da fábrica eram adiantados pela manhã e atrasados à tarde." **55** O controle do tempo e o controle social se mesclam, o que leva Jacques Le Goff a afirmar: "As medidas - de tempo e de espaço - são um instrumento de dominação social de excepcional importância. Quem for seu senhor reforça de modo muito especial o seu poder sobre a sociedade." **56**

**54** ORTIZ, *Cultura e Modernidade*, p. 233.

**55** ORTIZ, *Cultura e Modernidade*, p. 239.

**56** LE GOFF, Jacques. *A civilização do Ocidente Medieval*, vol. I, Lisboa: Editorial Estampa, 1983, p. 221.

Antes da revolução industrial, como se sabe, o poder sempre dependeu de pontificar a temporalidade, impondo novos calendários sobre outros (velhos), renomeando meses, redividindo o ano. A revolução industrial dá o traço moderno da vinculação entre tempo e poder. Hoje, também, poder e tempo se vinculam, bem como tempo e dinheiro, mas segundo um modelo que já não é bem aquele dos ponteiros que giravam nos campanários. Será que a

temporalidade do capitalismo ainda se mede pela sincronia dos relógios em relação ao meridiano de Greenwich (uma tarefa, aliás, realizada pela modernidade do século XIX, e apenas finalizada em 1912, em Paris **57**)? Em que termos a nossa noção de tempo, cristalizada numa premissa dogmática, não se acomodou no século XIX do mesmo modo que a noção de espaço? Não estamos considerando fenômenos contemporâneos - como o da comunicação na sociedade de consumo - segundo paradigmas temporais que esses mesmos fenômenos cuidam de revogar? E, se o controle do tempo é poder, onde é que reside esse controle do tempo - e do poder? No estabelecimento dos fusos horários? Nos apitos das fábricas com longas chaminés apontadas para o céu? No relógio-ponto dos vigias noturnos?

"O dinheiro não dorme", diz Gordon Gekko (Michael Douglas) para Bud Fox (Charlie Sheen) em *Wall Street*, filme de Oliver Stone lançado em 1987. No sistema financeiro que integra as bolsas de valores de Nova York, Tóquio, São Paulo, entre outras, pelas quais o capital passeia na velocidade da luz, a gestão dos investimentos não tem intervalos. Há hora de entrada e de saída para (alguns) funcionários do mercado, mas já não existe expediente bancário para o dinheiro. The Citi never sleeps, garante o slogan de um banco internacional que, por sua vez, apropriou-se de uma canção que se refere àquela "cidadezinha" blue que nunca descansa, pois ali mora o dinheiro. O presente está sempre presente. Em toda parte (como no universo de sem tempo de Barbour, no qual todas as histórias estão no presente). O presente do capital é único. Temporalidades diversas convivem no capitalismo contemporâneo - a manufatura das trabalhadoras da China coexistem com as crianças escravizadas nas carvoarias com jornadas sem limites, e as culturas agrárias inteiramente dependentes do ciclo das estações do ano se integram ao ritmo do mercado global diuturnamente on-line - mas o que dá unidade às temporalidades diversas é o presente único do capital.

As temporalidades diversas se conectam como luzinhas faiscantes numa árvore de natal, isoladas em suas individualidades mas interligadas pela corrente elétrica. Os fusos horários viram trincheiras conservadoras que clamam por ser quebradas. Sintoma: um novo padrão de horário, virtual, pretende unificar o planeta, o internet time, lançado na web pela marca de relógios Swatch. O internet time divide o dia em 1 000 unidades. Em Brasília são 19h00? O internet time indica 958. Em Brasília, 19h10? O internet time diz que são 965. O mesmo internet time em Brasília, Saigon ou Berlim. O horário agora é mundial. O aqui espalha-se pelos sete mares pois o capital está on-line. Em tempo real. (Alguém já observou que tempo real significa rigorosamente tempo virtual?).

No espetáculo, a instância da imagem ao vivo insinua-se como o espaço-tempo da nova ordem mundial, uma ordem que, uma vez, Paul Virilio chamou de um modelo "globalitário". **58** Também aí ocorre uma sobreposição de temporalidades, que no entanto se unificam. As festividades pagãs do Carnaval brasileiro encontram lugar no circuito da indústria mundial do turismo. As celebrações religiosas buscam universalizar-se pela televisão. Os tempos das competições esportivas adaptam-se às inserções dos anúncios comerciais e, no Brasil, os clássicos de futebol começam um pouco mais tarde para não atrapalhar a veiculação da novela de horário nobre pela Rede Globo. O espetáculo é regido pela instância da imagem ao vivo, que engloba e unifica as demais temporalidades. A instância da imagem ao vivo é o que é somente porque o

capital está on-line, em tempo real, em todos os lugares do globo ao mesmo tempo: é a expressão da temporalidade contemporânea do capital. Assim é que se começa a esboçar a nova conexão, globalitária, entre o espaço-tempo e dinheiro-poder.

O presente é tirânico. Tornou-se absoluto, auto-suficiente, emancipou-se da História. O presente é total. "Hoje, para muitas pessoas, o tempo se tornou tão fragmentado que apenas o presente parece ter significado: o passado é visto como 'obsoleto', e portanto inútil. Além disso, como o presente difere tanto do passado, vai se tornando cada vez mais difícil compreender como era este. Como Hans Meyerhoff observou, 'o passado está sendo triturado pelo moinho da mudança inexorável, incompreensível'." **59** Pode-se ver a mesma cena, ou pode-se traduzir a mesma intuição, a partir de uma perspectiva inteiramente diversa: triturar o passado é transformá-lo em história instantânea, submetendo-o à mesma lógica do presente, é fazer desaparecerem as distinções cronológicas entre o velho de uma década, o velho de um século e o velho de cinco semanas. O passado não pode ser compreendido porque ele apenas se serve para ser devorado pelo espetáculo. "Presença do passado no presente que o ultrapassa e o reivindica: é nessa conciliação que Jean Starobinski vê a essência da modernidade." **60** Eis a História que nos segue como a "como a morte" (Augé), que nos espreita como quem devora o nosso entorno, que o espetáculo eletrifica (eletrocuta) com sua estridência presentificante.

Mas termos assim, como "presentificante", ou "presente perpétuo" e "presente presentificado", como prefere Ianni, talvez não dêem conta do rumor do presente que a tudo envolve. Este parece não mais caber na medição linear do fio invisível e intangível de Newton, coisa que o relógio logrou fazer e que o internet time, deglutindo simultaneamente todos os fusos horários, quer unificar. O mundo sem jornadas, sem intervalos e sem descansos, o mundo aberto 24 horas por dia aqui e agora pôs o próprio fluxo daquele fio do tempo newtoniano em uma suspensão ultrapotente. Ela não congela os eventos. Ao contrário: reenergiza-os, multiplica-os, concentra-os, dá-lhes volume e força. A questão não é que o presente escorre imediatamente para dentro da História. É a História, reverberando no presente, que é engolida por ele. O presente diluiu o seu início e postergou o seu final; não tem início, vem iniciado desde sempre, e atingiu um estado de imortalidade. E, no entanto, não se paralisa: está acontecendo o tempo todo.

A natureza não é morta, as formas não se enrijeceram - há ação como há movimento -, mas os prazos não transcorrem mais como antes e a ação e o movimento ligam tempos e espaços aos seus iguais, começam e terminam no mesmo. Os eventos se sucedem não propriamente em seqüência, em fila, mas num acontecendo, num se sucedendo, na permanência de uma temporalidade que não se deixa esgotar. Por isso, o tempo verbal para representar a temporalidade contemporânea é o gerúndio. A velocidade, marca do capitalismo e da expansão dos mercados, marca do frenesi urbano, das cidades feéricas, do vapor e depois da eletricidade, das fábricas e das usinas, dos mercados fervilhantes e das neuroses dos investidores, marca da informação e das telecomunicações, foi conduzida por si mesma ao paroxismo - a própria velocidade ganhou mais e mais velocidade, a aceleração ganhou mais aceleração. Capital onipresente de tão veloz - e nunca fixo. O espetáculo e, mais exatamente, o ritmo das imagens eletrônicas na televisão, síntese do ritmo do espetáculo, é a expressão estética dessa nova temporalidade, unificando passado

**59** WHITROW, G. J. *O Tempo na História*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1993, p. 203.

**60** AUGÉ, *Não-lugares*, p. 71.

**61** Programa exibido no dia 15 de março de 2000, às 21h40, na Globo. O nome da apresentadora é Xuxa.

e futuro no presente narcísico, hedonista - e tirânico. O passado, quando é referenciado, vem à tona como diversão: os Beatles viram nostalgia animada, Ayrton Senna se parece com Elvis Presley, que não morreu, e Nat King Cole, ao lado da filha, Nathalie Cole, ressuscita cantando docemente. *Unforgettable*. Paris já não é uma festa. A televisão é. "Às vezes eu acho que o tempo é uma brincadeira que o cara lá de cima criou para a gente brincar", diz uma apresentadora de programas infantis durante um programa da Rede Globo sobre os 50 anos de televisão no Brasil **61**. Ela continua: "Neste momento de festa eu sinto o quanto a televisão é passado e futuro ao mesmo tempo."

Nas retrospectivas de televisão, o passado é revivido, e revive ao vivo. O passado vive na instância da imagem ao vivo. A televisão não conta o que foi o passado: ela fala com a autoridade de quem mostra o passado outra vez, tornando-o presente. Se a realidade só é realidade à medida que vira espetáculo (seja porque o espetáculo na TV é o critério de admissão de um tema no no telespaço público, seja porque dá-se a substituição dos espaços físicos pela espacialidade da televisão), se ela só é realidade por ser discursiva, mas agora discursiva segundo os parâmetros do espetáculo como discurso, o espetáculo revivido é realidade outra vez, sendo outra vez presente. Até o holocausto pode ser destilado em entretenimento presente, como em *A lista de Schindler*, de Steven Spielberg, ou *A vida é bela*, de Roberto Begnini (a solidariedade só se ergue sobre o apelo da sedução, do riso e do gozo; a solidariedade é assim "vendida" como prática que proporciona prazer e afirmação, vira comportamento de consumo imperativo: divirta-se com os campos de concentração, sinta pena dos presos nos campos de concentração, forme sua consciência politicamente correta e goze.) Assim opera a tirania do presente espetacularizado. A imagem ao vivo se põe em "tempo real" não em virtude do evento a que se referencia, mas em virtude de si mesma. Repetimos: nessa temporalidade posta pelo espetáculo e pelo capital, o que está ao vivo não é o evento, mas a imagem do evento. Assim, tendo subsumido as temporalidades várias da vida prática numa única, a imagem ao vivo pode transformar o que é passado em presente - e um herói de 30 anos atrás em um ícone pop a quem os passantes pedem autógrafo. A imagem ao vivo institui a temporalidade: o acontecendo, o gerúndio sem começo nem fim.

### O tempo do capital impõe o tempo do espetáculo

Voltemos, então, às perguntas sobre o nexos entre tempo e poder, e sobre os termos em que ele pode ser pensado no campo que nos é devido. Se o tempo agora está submetido à dinâmica do capital e ao histrionismo do espetáculo, de que forma esse tempo atende ao poder? "O poder real não está totalmente nos escritórios das corporações, mas nos mercados financeiros. O que é válido para os diretores de corporações é também válido para os que controlam o poder político nacional: cada vez mais, eles também são controlados pelos mercados financeiros, no que podem e no que não podem fazer." **62** Esta é a resposta de Sweezy, endossada por Ianni, com a qual tendemos a concordar em termos. Talvez devêssemos relativizá-la à luz da perspectiva aqui adotada: a temporalidade do capital financeiro, que se expressa ou, melhor ainda, que é estetizada pela temporalidade do espetáculo, sobrepõe-se às demais, inclusive à temporalidade da máquina estatal, cujas decisões se vêem sujeitas aos solavancos das bolsas assim como a legitimidade dos governantes oscila conforme os telejornais e os índices de popularidade típicos da sociedade de consumo (o Leviatã é refém do entretenimento assim como as políticas públicas se curvam aos pés do capital volátil). Essa temporalidade já é, em si, um modelo para

**62** SWEEZY, Paul M. *The Triumph of Financial Capital*, Monthly Review, vol. 46, nº 2, New York, 1994, pp. 1-11, citado em IANNI, Octavio. *Teorias da Globalização*, p. 140.

que o poder seja posto e exercido. O poder acontece dentro dessa temporalidade, de modo que ele já se encontra, em parte, determinado por ela. E essa temporalidade é apenas uma forma efêmera de mediação pela qual o capital se impõe sobre a política. Assim é que, na sociedade de consumo tal qual nós a temos hoje, dá-se algo que não se dava antes: a sobreposição direta do capital sobre o campo do poder (político), por cima (ou por dentro) do próprio Estado.

Essa sobreposição devora etapas e instâncias intermediárias. O que não se consuma, por certo, sem traumas, sem conflitos e, principalmente, o que não se consuma em definitivo: há uma tensão permanente, uma contradição estrutural entre Estado e as forças econômicas que Ianni reúne sob a denominação "mercados financeiros". Estados periféricos foram pulverizados, como se sabe, e atuam hoje na esfera internacional apenas como agências acessórias, anêmicas, dentro de um jogo que os ameaça de morte por asfixia, mas os Estados centrais do capitalismo (entrelaçando sua racionalidade à racionalidade da economia) reúnem condições de atuar na determinação do poder no plano internacional. O que soa como platitude, a não ser pelo fato de que o poder definido pelos Estados centrais não é bem um produto da vontade política dos governos e das alianças que porventura dominem esses Estados: é, em última instância, produto da dinâmica do capital que se traduz em alianças, acordos, convenções ou ordenamentos normativos estabelecidos no interior dos (e entre os) Estados centrais. **63** O ponto interessante da resposta de Ianni é precisamente o de vincular o "poder real" (nas palavras de Sweezy) com os desígnios do capital e, assim, abordar a questão do poder no Estado-nação, poder político, sem se deixar escravizar pelos marcos teóricos habituais, para os quais a consolidação do poder só se viabiliza por meio da interlocução racional entre os agentes do processo decisório (marcos que podem ir de Schumpeter, para quem o poder na democracia emerge como resultado de negociações entre as elites, a Gramsci, que enxergou a possibilidade material de o poder escapar ao monopólio da "classe dominante" e criou os conceitos de hegemonia e de bloco histórico; de Lenin, "todo o poder aos soviets", a Weber com suas racionalidades sutis e massacrantes). Ianni deixa aberta a via teórica para que se investigue de que modo a construção de um "poder real" sobre o planeta advenha não apenas da vontade dos sujeitos ou de racionalidades já decifradas mas diretamente da dinâmica do capital, sem mais intermediações. "À medida que se desenvolve o capitalismo, pela dinamização e generalização das forças produtivas e das relações de produção, o capital em geral adquire maior relevância, influenciando cada vez mais as condições e as possibilidades dos capitais singulares e particulares, em âmbitos nacional e setorial, regional e internacional." **64**

Sob esse ângulo, portanto, a temporalidade ubíqua do espetáculo - que condiciona até mesmo a temporalidade política - vai coincidir com a temporalidade potencializada do capital: essa temporalidade é uma demanda, muito mais que dos governos dos Estados centrais e dos gabinetes das multinacionais, uma demanda do capital. As bolsas funcionam em tempo real e as decisões de governo surpreendem-se subordinadas aos fluxos de investimentos; os negócios devem ser feitos na velocidade da luz e as telecomunicações, por isso, são tratadas como assuntos estratégicos por Estados nacionais. Sob um outro ângulo, olhando o mesmo fenômeno por um outro lado, vemos que a dinâmica do capital (ou a supermodernidade) é estetizada pelo espetáculo da imagem ao vivo, refaz-se por meio dela.

**63** FLORI, José Luiz (org.) *Estados e Moedas*. São Paulo: Vozes (coleção Zero a Esquerda), 1999.

**64** IANNI, *Teorias da Globalização*, p. 140.

## Um tempo único: o do espetáculo, do capital e do inconsciente

O capital atropelou fronteiras e as subjugou, impondo sua temporalidade ubíqua e instantânea às demais. Mas esse fato nos dá apenas metade da equação sobre as relações atuais entre tempo e poder - e sobre as relações entre esse tempo vinculado ao poder com o teleespaço público. A segunda metade precisa ser buscada na instância da imagem ao vivo, cuja temporalidade coincide não apenas com aquela do capital, ou ditada pelo capital, mas também com aquela do inconsciente. A temporalidade do espetáculo é tanto mais dominante quanto mais ela atenda, de um lado, à demanda do capital e, de outro, à demanda do inconsciente.

Embora este não seja propriamente o objeto do presente artigo, pode-se abordar previamente o tema. A coincidência entre tempo do capital, tempo do espetáculo e tempo do inconsciente é uma particularidade histórica da nossa era. Trata-se de um dos aspectos que a distingue de todas as demais. O capital, a relação social da qual as outras se originam, completa seu ciclo à medida que torna os sujeitos seus agentes - e estes, de seu lado, se completam conforme façam reproduzir o capital. Sem levar em conta o inconsciente, um modelo de compreensão das comunicações contemporâneas cairia obrigatoriamente no determinismo e na unilateralidade e aí se perderia, inútil. O inconsciente, como a temporalidade imposta pelo capital, caracteriza-se por não ter passado, ao menos nas descrições que dele temos: ele é presente puro. Não por acaso, não por obra de alguma coincidência, ele também pode ser entendido como um tempo em gerúndio permanente. Que se traduz, também, na imagem ao vivo.

Nas retinas do telespectador aleatório - que mecanicamente muda os canais, as dezenas de canais, que se deixa parar numa só emissora para submeter-se às seqüências anárquicas entre comerciais e programas de entretenimento, aos cortes ultravelozes dos filmes de ação, à montagem entrecortada de notícias entremeadas de emoções folhetinescas e ofertas eróticas - o jorro dos significantes remonta à dança das imagens que deslizam soltas pelo inconsciente. O tempo da TV, veja o leitor, é o tempo do inconsciente. O cinema, quando surgiu, e quando consolidou sua, permitam-nos dizer, linguagem autônoma, levando seus melodramas e seus épicos mudos (e plenos de sentido) para platéias de todos os idiomas, aproximou-se agressivamente da, permitam-nos outra vez, "linguagem" do inconsciente. Ambas falam por imagens ou por significantes que escapam. Mas foi a televisão, sob a imagem ao vivo, que trouxe a imprevisibilidade da seqüência. Esta passou então a se definir no instante exato em que acontece a sua relação com o telespectador: a temporalidade da fita de celulóide é fisicamente linear, mas qualquer atração dentro da TV contemporânea, mesmo que seja um filme mudo dos anos 10, está sujeita a interrupções as mais díspares, do comercial ao gesto do telespectador que troca de estação. Sem saber direito por que, sem ter idéia do que verá no quadro seguinte. A seqüência, na televisão sob a instância da imagem ao vivo, é obrigatoriamente caótica. Desconexa. É processo instantâneo, e não o resultado de um projeto fechado (como é o filme). A televisão é um ininterrupto processo de abruptas interrupções. "Interrompemos nossa programação normal": eis o grito de independência da televisão. O presente irrompe a qualquer instante. Ele se insurge, como se fosse o real. O instante se manifesta quando irrompe o presente. Televisão é uma infinidade de rupturas simultâneas, instantâneas, múltiplas, excludentes ou não, que em conjunto

exprimem o que é a densa bolha do gerúndio interminável, dentro do qual vibra o sujeito espectador - e fora do qual ele não é. Nem espectador e nem sujeito.

A instância da imagem ao vivo opera por simulações. Determina a espacialidade. Impõe o gerúndio como temporalidade. Instauro o lugar do sujeito, em coincidência com o inconsciente. A instância da imagem ao vivo tem a ver com ideologia.

E, por agora, mais não é preciso dizer.

## 9

### Referências Bibliográficas

- ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max. "A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas", em Adorno e Horkheimer, *Dialética do Esclarecimento*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.
- AUGÉ, Marc. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papyrus, 1994.
- BARBOUR, Julian. *The end of Time*. London: Weidenfeld & Nicolson, 1999.
- BAUDRIALLARD, Jean. Jean Baudrillard, especial para o *Libération*, publicado no caderno "Mais!", Folha de S. Paulo, de 9/2/97.
- BENJAMIN, Walter, "Paris, Capital do Século XXI", em KOTHE, Flávio R, Walter Benjamin, Coleção "Grandes Cientistas Sociais", São Paulo: Ática, 1985.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica (primeira versão). In: *Obras Escolhidas: magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense. 1994.
- BOLAÑO, César. "A reforma das telecomunicações no governo FHC", na revista *Universidade e Sociedade*, órgão da ANDES (Associação Nacional dos Docentes do Ensino Superior), ano VIII, número 15, fevereiro de 1998
- BUCCI, Eugênio. *Brasil em tempo de TV*. São Paulo: Boitempo, 1996.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e Cidadãos, conflitos multiculturais da globalização*, Editora da UFRJ, 1995.
- CHAUÍ, Marilena. *Conformismo e Resistência*. São Paulo: Brasiliense, 1989
- COSTA, Alcir Henrique e SIMÕES, Inimá. *Um país no ar*. São Paulo: Ed. Brasiliense/Funarte, 1986
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DEBRAY, Régis, *Vida e morte da imagem*. Petrópolis: Vozes, 1993
- ELIAS, Norbert. *Sobre El Tiempo*, Mexico, DF: Fondo de Cultura Eoconomica, 1997.
- FIORI, José Luiz (org.) *Estados e Moedas*. São Paulo: Vozes (coleção Zero a Esquerda), 1999.

- GAROUDY, Roger. Rumo a uma guerra santa?, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1995.
- IANNI, Octavio. Teorias da Globalização, Quinta Edição, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.
- KANT. Crítica da razão pura. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- KEHL, Maria Rita. "Eu vi um Brasil na TV". In: KEHL, Maria Rita, COSTA, Alcir Henrique e SIMÕES, Inimá. Um país no ar. São Paulo: Ed. Brasiliense/Funarte, 1986.
- LE GOFF, Jacques. A civilização do Ocidente Medieval, vol. I, Lisboa: Editorial Estampa, 1983.
- MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. O Manifesto Comunista, Coleção Leitura, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.
- ORTIZ, Renato. Cultura e Modernidade: A França no século XIX. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- SENNET, Richard. O declínio do homem público. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- VIRILIO, Paul. "Imagem virtual mental e instrumental", in: PARENTE, André (org.). Imagem-Máquina: a era das tecnologias do virtual. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.
- WHITROW, G. J. O Tempo na História, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1993.