

A VIDA COMO NAS VITRINES. SOCIEDADE DO ESPETÁCULO E DO FETICHISMO DA MERCADORIA EM O MÁGICO (2010)

Soleni Biscouto Fressato*
Jorge Nóvoa**

Resumo: Partindo do pressuposto de que as produções fílmicas podem ser utilizadas como fontes para estudos histórico-sociológicos, pois nos filmes está expressa uma infinidade de aspectos culturais e relações sociais, a proposta do presente artigo é analisar aspectos da sociedade capitalista, a saber: a espetacularização, o fetichismo da mercadoria e o confronto entre o arcaico e o moderno, com base na animação fílmica *O mágico* (*L'illusionniste*, 2010).

Palavras-chave: Cinema-história. Fetichismo da mercadoria. Sociedade do espetáculo.

The Society of the spectacle and the commodity fetishism life in “The Wizard” film

Abstract: Based on the presupposition that the filmic productions can be used as sources for historical and sociological studies, since the film expresses an infinity of cultural aspects and social relations, the purpose of this article is to analyze aspects of capitalist society, namely: the spectacle, commodity fetishism and the clash between the archaic and the modern, from the animated film *The Wizard* (*L'illusionniste*, 2010).

Keywords: Cinema-history. Commodity fetishism. Society of the spectacle.

O ARTISTA TATI (SCHEFF)

O enredo de *O mágico* (*L'illusionniste*, 2010) não poderia ser mais simples. Trata-se da história de um mágico, Tatischeff, que, em busca de pessoas que apreciem seus truques, conhece a menina Alice, com quem viverá durante um tempo em Edimburgo. Porém, a simplicidade desaparece, quando o diretor Sylvain Chomet – o mesmo de *As bicicletas de Belleville* (*Les triplettes de Belleville*, 2003), utilizando-se de cenas cômicas, conta a triste história de um homem, o mágico, que não consegue mais lugar no

* Doutora em Sociologia pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UFBA, pesquisadora da Oficina Cinema-História, Núcleo de Produção e Pesquisas da Relação Imagem-História (UFBA) e editora da revista *O Olho da História* (www.oohodahistoria.org). E-mail: sol_fressato@yahoo.com.br.

** Doutor em Sociologia pela Universidade de Paris VII – Denis-Diderot, professor associado III do Departamento de Sociologia e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UFBA, fundador e coordenador da Oficina Cinema-História, Núcleo de Produção e Pesquisas da Relação Imagem-História (UFBA) e editor da revista *O Olho da História* (www.oohodahistoria.org). E-mail: jlbnovoa@yahoo.com.br.

mundo capitalista da espetacularização e do fetichismo da mercadoria. Da inadaptação de profissões antigas que não cabem mais no mundo moderno, do esvaziamento do humano nas relações sociais, o diretor, talvez inconscientemente, termina travando uma discussão sobre o artista, a obra de arte e seus critérios definidores no mundo de sua reprodução em série.

O desenho é quase realista, utilizando com maestria a profundidade de campo e do claro-escuro, abusando dos tons pastéis e da transparência das aquarelas, tornando o resultado simplesmente comovente. O título, *O mágico*, não se refere apenas à profissão do protagonista, mas, também, à magia encantadora da própria produção.

O filme inicia-se em Paris em 1959. O mágico Tatischeff, que possui apenas um cartaz de seus espetáculos, carregando-o consigo para divulgação de seus shows, vive num mundo onde a incorporação da técnica aos bens culturais e a transformação da arte em indústria cultural são cada vez mais explícitos. A música mecânica e a televisão remetem os homens cada vez mais à contemplação e os espetáculos de *music hall*¹ não encantam mais. Tatischeff, para sobreviver, se vê obrigado a procurar locais cada vez mais remotos, em que a tecnologia ainda não tenha penetrado e seus truques ainda emocionem. Ele acaba chegando numa pequena aldeia da Escócia, onde conhece uma menina faxineira, Alice. Sem família e carentes, eles acabam se aproximando e desenvolvendo um carinho recíproco. Os dois seguem juntos para Edimburgo. Ali, Tatischeff perceberá que, infelizmente, os mágicos já não têm mais lugar na sociedade do espetáculo e Alice será totalmente cooptada pelo fetichismo da mercadoria. É preciso que se diga que, aqui, se inspirou bastante em Guy Debord, mas quando se fala em sociedade do espetáculo não está se referindo à noção vulgarizada e larga que os cientistas sociais absorveram da mídia em geral. Está se referindo ao conceito cunhado por Debord que enfatiza o fetichismo da mercadoria e estabelece uma crítica ao valor.²

A escolha por Edimburgo não é inocente. Além de ser a cidade onde Chomet vive, é o local onde o antigo e o moderno coexistem. Edimburgo, capital da Escócia, apresenta uma divisão bem nítida: a *Old Town* e a *New Town*. A *Old Town* conserva a fisionomia medieval em sua arquitetura, com seus castelos, catedrais e palácios. As ruas são mais estreitas e não mais de 20.000 pessoas habitam a região. Já a *New Town* é marcada pela modernida-

¹ Tipo de teatro britânico, popular na primeira metade do século XX. Próximo do vaudeville, envolvia espetáculos de músicos, cantores e dançarinos, numa performance cômica.

² Sobre a questão da vulgarização de tal conceito, ver Anselm Jappe (1999). Note-se, no entanto, que o rigor da crítica de Debord à mercadoria e ao valor, fundamentada em Marx, necessita ser completada e atualizada para uma época – que já é a dele, na qual o capital financeiro sintetiza, elevando à estratosfera o fetichismo, já não apenas da mercadoria, mas aquele do dinheiro, do capital, das hipotecas e dos títulos de valores, tomando ainda mais estranha a relação entre os produtores diretos e o fruto de seus trabalhos que lhes escapam totalmente e os dominam.

de em sua arquitetura e no traçado das ruas, tornando-se a região preferida dos comerciantes, profissionais liberais e empresários, tanto para morar, como para trabalhar.

Essa coexistência entre o velho e o novo é presente em *O mágico*. Tatischeff, Alice e outros artistas decadentes (um trio de trapezistas, um palhaço e um ventríloquo) vivem num velho prédio de madeira, sem elevadores, com pequenos apartamentos de dois cômodos e banheiro, onde a distribuição da água é precária. Porém, a nova cidade, a das vitrines, dos restaurantes e grandes centros comerciais, também é mostrada. E é essa cidade que enfeitiça Alice.

O roteiro do filme é atribuído ao ator-diretor-produtor francês Jacques Tati. Na verdade o filme foi inspirado numa carta que Tati escreveu à sua filha Sophie (que teve com uma dançarina do *music hall* e nunca reconheceu) em fins dos anos 1950, exatamente no mesmo momento em que gestava *Meu tio (Mon oncle)*, 1958). Por isso, as aproximações são nítidas entre as duas produções. Não por acaso, *O mágico* também se inicia na mesma época, 1959. A carta foi encontrada nos arquivos do Centro Nacional da Cinematografia (CNC), com o título de *Film Tati n° 4*. Ao longo da narrativa, Tatischeff contempla uma foto, contemplação essa sempre acompanhada por um longo suspiro. Apenas no final o espectador é informado que a foto é de uma menina, o que pode ser compreendido como uma referência à filha abandonada. Pois, num jogo de imagens, Chomet revela a foto e agradece à Sophie o acesso aos originais do roteiro. Vale também destacar que as crianças são comuns na narrativa e sempre se enfadam com os truques do mágico. Apenas Alice, uma menina como a da foto, se encanta. Talvez por isso, por lembrar sua filha, Tatischeff aceite levá-la consigo e participa de seu crescimento e amadurecimento, até que ela encontre seu primeiro namorado. Tal percurso ele não realizou com sua filha natural e é como se ele quisesse, mais ou menos conscientemente, se compensar, se autodesculpar, reconhecendo o erro de não haver reconhecido a filha biológica. *O mágico*, assim, não deixa de ser uma biografia de Jacques Tati.

Jacques Tatischeff (o mesmo nome do mágico do filme), mais conhecido como Jacques Tati, trilhou uma carreira desportiva e artística. Devido à sua altura, 1m91, destacou-se como jogador de rugby. Seu talento para a mímica e o cômico o levou para os espetáculos do *vaudeville*³ e do *music-hall*. No cinema, sua carreira se estendeu por mais de quarenta anos, de 1932 a 1974. Além de ator, também dirigiu e produziu cinco longas-metragens,

³ Gênero de entretenimento popular entre 1890 e 1930 nos Estados Unidos e na Europa com variedades que incluíam desde cantores, músicos e dançarinos, até circos de horror e literatura burlesca, passando por comediantes e animais treinados. No palco se misturavam números variados sem terem necessariamente uma ligação entre si.

sendo em quatro deles o atrapalhado Monsieur Hulot o protagonista.⁴ Em tempos da Nouvelle Vague, ao optar pelo cômico e pela sátira, o cinema de Tati não agradava a crítica especializada, nem atraía um público mais restrito e intelectualizado. Em compensação, desde seu primeiro filme, foi enormemente aprovado pelo grande público francês. Para defender sua autonomia de realização artística, Tati, além de dirigir, atuar e produzir, também escrevia o roteiro de seus filmes.

O diálogo de Chomet com a produção de Tati é nítida. *O mágico* é praticamente uma homenagem ao diretor francês, que morreu falido e sem o devido reconhecimento da crítica, mas, com certeza, tendo deixado um público saudosista de sua melancólica comicidade. Essa homenagem acontece imediatamente pela própria aparência do mágico. Ele é alto e seu enorme corpo (que é grande demais para as cadeiras e portas) se movimenta com gestos um tanto desengonçados, seu olhar é melancólico. Mostra um ar desligado e desinteressado, exatamente como Hulot. Se o espectador é incapaz de fazer essa associação imediatamente, Chomet facilita colocando uma cena de *Meu tio*. Quando Tatischeff se esconde dentro de um cinema, para que Alice e seu namorado não o vejam, na tela Hulot está saindo fugido da casa da irmã, depois de deixar o sobrinho muito tempo depois do horário combinado com ela e seu cunhado, numa clara transgressão. Hulot na tela e Tatischeff entre as poltronas fazem os mesmos movimentos corporais. Até que Hulot sai correndo pelo portão e Tatischeff da sala. A forma como a cena foi construída parece que Hulot é a imagem de Tatischeff refletida no espelho, ou vice-versa.

Tatischeff cria fortes vínculos com Alice, realizando uma verdadeira transferência afetiva. Menina pobre, que trabalha para sobreviver e não pensa duas vezes em abandonar tudo e seguir com o mágico, Alice torna-se sua filha adotiva num pequeno interlúdio. Em *Meu tio* algo similar ocorre. Hulot se identifica mais com as crianças, tanto com o pequeno sobrinho, tão atrapalhado como o tio, como com as crianças do bairro onde mora, principalmente uma menina. Ela sempre anda na garupa da bicicleta de Hulot, que tem uma forma doce de tocar seu nariz, todas as vezes em que se encontram. No final do filme, essa menina que usava tranças e avental, surge como uma bela moça, exatamente como Alice.

Como nos filmes de Tati, os diálogos não são revelados em *O mágico*, mas estão sempre presentes entre os personagens. Eles têm um significado, mas não o de fornecer informações sobre a narrativa e, sim, de despertar sentidos no espectador. A linguagem de Tati é muito sensível e se expressa em gestos e olhares, quase abolindo a oralidade.

⁴ Os cinco longas-metragens são *Carrossel da esperança* (Jour de Fête, 1947), *As férias do Sr. Hulot* (Les vacances de Monsieur Hulot, 1953), *Meu tio* (Mon oncle, 1958), *Tempo de diversão* (Playtime, 1967) e *As aventuras do Sr. Hulot no trânsito louco* (Trafic, 1971). Apenas no primeiro, Tati não atuou como seu famoso personagem Hulot.

A homenagem à Tati não é apenas na forma, mas, sobretudo, no conteúdo do filme. Assim como nos filmes de Tati, o tom saudosista de *O mágico* enaltece o passado e denuncia sua destruição. O que se vê é o confronto entre um mundo antigo, representado pelo mágico e os demais artistas, e o mundo moderno, numa coexistência de tensão e conflito. A temática recorrente nas produções de Tati é a relação homem-sociedade, a relação do homem com o progresso do mundo moderno. Utilizando-se do cômico, o diretor buscava revelar o humano, num mundo tecnológico da automação e da funcionalidade. Na sociedade de consumo, ele sempre se preocupou em revelar as tensões presentes no coletivo.

Num contexto de crescimento das cidades, de urbanização, de avanço tecnológico, ocorreu também uma significativa mudança nos valores e comportamentos. Em decorrência, novas organizações do tempo e do espaço foram necessárias, obrigando o homem a reaprender a organizar suas ideias e seu cotidiano. De acordo com Meize Lucas, Tati era um

observador atento e meticuloso dessa nova sociedade, colhe com uma sensibilidade aguçada os hábitos, costumes, comportamentos, experiências, gestos e situações inusitadamente cômicas do dia-a-dia. Ou seja, a banalidade do cotidiano, nas suas diversas nuances, compõe o universo filmico de Tati. (...) Não se coloca um problema, uma questão pendente, um mistério, um segredo, que seja o germen de uma história da qual se acompanhe a sua colocação como temática fundamental e o seu desenvolvimento e desfecho. Tati substitui a trama mirabolante por esses achados de observação, colocados por ele em imagens, costurados pelos fios do cotidiano. (LUCAS, 1998, p. 40-1).

Esse é o laboratório de Tati e que Chomet recupera em *O mágico*. Nesse sentido, inspirado em Tati, Chomet, numa mescla de riso e amargura, revela uma visão mordaz, crítica e melancólica do mundo capitalista.

A ENCANTADORA E DESAGREGADORA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

Na sociedade de consumo, as mulheres foram, num primeiro momento, as mais suscetíveis. A publicidade se encarregou (e ainda se encarrega) de veicular e ditar um padrão de beleza, que inclui roupas, calçados, cosméticos e cortes de cabelo. Mas, não apenas isso, veiculou também novas regras de comportamentos, novos desejos e novos sonhos. A publicidade passou a investir grandemente na imaginação e na fantasia dos possíveis compradores, mesmo daqueles que não podiam adquirir tais bens. Essa é a situação de Alice. Menina pobre e carente, foi fácil e rapidamente capturada pelo fetichismo da mercadoria.

Ao passear pelas ruas repletas de vitrines da nova Edimburgo, os vestidos e calçados parecem ter pernas e vontade própria na frente de Alice. Para explicar esse fascínio que as mercadorias exercem sobre os homens, Marx escreveu:

Analisando-a, vê-se que ela é algo muito estranho, cheio de sutilezas metafísicas e argúcias teológicas. (...) Não obstante a mesa ainda é madeira, coisa prosaica, material. Mas, logo que se revela mercadoria, transforma-se em algo ao mesmo tempo perceptível e impalpável. Além de estar com os pés no chão, firma sua posição perante as outras mercadorias e expande as ideias físicas de sua cabeça de madeira, fenômeno mais fantástico do que se dançasse por iniciativa própria. (MARX, 2004, p. 92-3).

As pessoas frente a esse processo ficam fascinadas e motivadas a sempre querer e comprar mais. Já não bastam dois ou três pares de sapatos, três ou quatro mudas de roupas, uma ou duas bolsas. É necessário sempre mais. Calçados, roupas e objetos ainda novos e com pouco uso são descartados rapidamente, para, em seu lugar, serem colocados outros mais novos e com *design* mais atual. A cada estação, novas coleções de roupas, calçados e acessórios são lançados, os da estação anterior ficam “fora de moda” e quem os usa desenvolve um estranho sentimento do ridículo. Com os equipamentos eletrônicos a situação é ainda pior e mais caótica. A cada dia são lançadas dezenas de novos equipamentos. Cada vez mais eficientes, com mais memória, com mais funções e mais ágeis, esses novos equipamentos – programados, como valores de uso, a um perecimento rápido – tornam obsoletos uma infinidade de outros equipamentos ainda novos. Para ilustrar, basta se pensar nos telefones celulares e nos aparelhos digitais MPs ou, mesmo, nos notebooks e as atuais tablets, equipamentos fetiche dominados por seus valores de troca.

É por esse processo que se é impactado em *O mágico*. Alice fica encantada com os sapatos vermelhos, de modelo um tanto infantil, que ganha de Tatischeff. Mas, logo ao chegar a Edimburgo, percebe que as jovens de sua idade usam sapatos de salto. Sapatos brancos de salto passam a ser o seu fetiche. Ao ganhá-los de Tatischeff, ela mal consegue se equilibrar, anda com as pernas tortas e torce os tornozelos a cada passo. Mas, isso não importa. O que importa é estar na moda. Quantas vezes não se vê tal comportamento rodeando todos cotidianamente?

É impressionante o processo de mudança pelo qual passa Alice. Ela chega a Edimburgo como uma menina, cabelos soltos cortados com uma franja, suas roupas são simples e relativamente velhas. Na passagem de uma estação (do inverno para a primavera), ela se transforma numa mulher “adulta”, uma vez que ser adulta é ter a aparência da moda. Passa a usar vestidos cinturados, saltos altos, luvas e os cabelos presos. Ao passar na frente de uma vitrine, ela já não é mais a mesma. É um padrão, acha-se vestida exatamente igual a um manequim e se sente bem por isso. Ela representa o “moderno”. Ao lado dela, passa uma menina, exatamente como ela era ao chegar a Edimburgo. O olhar da menina para Alice é de fascinação. Já Alice, apesar do curto espaço de tempo, não se reconhece mais na menina. Seu olhar é de estranhamento. Não se lembra mais como foi antes. Para Alice o importante é ser o reflexo da vitrine.

Em sua ansiedade e necessidade de agradar Alice, Tatischeff não percebe o “mal” que está fazendo. Ao convencer a menina que é capaz de fazer surgir, num passe de mágica, todas as coisas⁵ de que ela precisa e, principalmente, deseja, ele contribui para sua alienação. Alice é incapaz de perceber que os objetos que deseja não são apenas valores de uso, que eles têm um preço e que é preciso uma determinada quantidade de dinheiro (tempo de trabalho socialmente necessário) para pagá-los. Ela simplesmente deseja cada vez mais, fica cada vez mais encantada com todas as roupas, joias e sapatos das vitrines e as luzes da cidade. Tal conjunto compõe um espetáculo e ela se sente partícipe.

Para Alice todas as coisas que tem estão desvinculadas do trabalho. Exemplo claro disso é a cena em que, passeando com seu namorado, tenta comprar um colar com uma moeda (que o mágico fez surgir de trás de sua orelha, era assim que sempre se despediam antes de ele iniciar sua noite de trabalho no *music hall*) e não consegue. Ela pede ao rapaz, seu namorado, para adquiri-lo, mas ele não pode, também não tem dinheiro. E ela fica sem saber exatamente porque não pode ter o colar. Afinal, por que o rapaz não pode fazer uma mágica e lhe dar o colar, como Tatischeff tinha feito tantas vezes, satisfazendo suas necessidades e desejos? Alice – e a escolha por esse nome não é em vão, vivia num mundo de fantasias, num “país das maravilhas”, numa liberdade sem conhecimento da necessidade.

É a marcha do capitalismo envolvendo os homens em suas teias de consumo de mercadorias e da diluição das humanidades em relações sociais reificadas.

Alice fica encantada e é enredada nessa sociedade. Nem tão diferente é, entretanto, a situação do mágico e dos demais artistas. O ingênuo Tatischeff, que sempre é enganado e nunca recebe todo o dinheiro que lhe é devido, tenta se adaptar a essa sociedade consumista, mas não consegue. Ele procura conciliar um trabalho noturno num estacionamento com seus shows de mágico no *music hall*, que são praticamente um fracasso. Mas, logo na primeira noite, o atrapalhado Tatischeff é demitido. Depois, seu empresário vende seus shows para um empresário, responsável pela organização de um grande centro comercial, o que atualmente seria um shopping. Tatischeff acaba numa vitrine, fazendo surgir mercadorias com seus truques mágicos, que agora, sim, arranca aplausos e encanta as promissoras compradoras. Ele não trabalha mais do que uma tarde. E parece ser com esse trabalho que ele adquire a consciência do que está fazendo com Alice e poderia fazer com todas aquelas senhoras encantadas na frente da vitrine. Os objetos de seus desejos simplesmente surgem, perdendo todo e qualquer vínculo com o trabalho.

⁵ De acordo com Marx: “a mercadoria é, antes de mais nada, um objeto externo, uma coisa que, por suas propriedades, satisfaz necessidades humanas, seja qual for a natureza, a origem delas, provenham do estômago ou da fantasia”. (MARX, 2004, p. 57).

Após essa experiência, Tatischeff deixa o pouco dinheiro que lhe resta para Alice, com um triste recado: “mágicos não existem”. Liberta o coelho que o acompanhou em sua labuta de mágico e, desiludido e desnortado, pega um trem para um destino desconhecido. Na mesma cabine do trem, viajam com ele uma menina e sua mãe. Quando o lápis da criança cai no chão, ele percebe que é exatamente igual ao seu, só que muito menor. Ele esconde os dois lápis na mão e parece que vai fazer uma mágica, que dará à menina a ilusão de que seu lápis cresceu. Mas, na última hora, ele devolve à menina o seu lápis pequeno. Apenas uma Alice havia sido suficiente, para que esse pobre ilusionista, infelizmente, se tornasse consciente de que iludir, ainda que para divertir, no mundo das mercadorias e do lucro, pode ser demasiado perigoso. Percebe como até mesmo uma inofensiva mágica pode ser transformada em cúmplice do capital, numa sociedade de espetacularização e do fetichismo da mercadoria. O capital aparece assim, na sua representação-dinheiro, constituindo uma ilusão tão grande como as mercadorias perecíveis.

Se a situação de Tatischeff nessa sociedade é difícil, muito pior é a de seus amigos artistas. O pobre palhaço (que relembra os seus áureos tempos ouvindo música de circo de uma antiga vitrola com seu nariz vermelho) passa fome, torna-se alcoólatra, é espancado por delinquentes juvenis e tenta suicídio. O ventríloquo vende seu boneco-amigo para se alimentar, também se entrega ao alcoolismo e termina mendigando nas escadas de Edimburgo. Seu boneco numa vitrine também virou mercadoria, primeiramente vendida a seis libras, até tornar-se *free*. Mesmo gratuito permanece exposto, porém, ninguém mais é atraído por ele.

Destino diferente, mas não menos difícil, tem o trio de trapezistas. Sempre bem dispostos e bem humorados, estão sempre exercitando seus elásticos corpos, num “vamos, vamos, vamos” permanente. A princípio é-se levado a pensar que são os únicos, no meio de tantos artistas decadentes, que ainda encontram lugar nessa moderna sociedade, que ainda conseguem obter sucesso com seu número. Mas, ao longo da narrativa, percebe-se que, na verdade, eles não são mais efetivamente trapezistas. Adaptaram suas habilidades para pintar grandes *outdoors*, que veiculam mensagens de beleza e sucesso, iludindo muitas mulheres. Fazendo piruetas, eles “batem” cartão-ponto no início e término de sua jornada de trabalho. De artistas, eles passaram a trabalhadores explorados e produtores de mais-valia. Suas artes-divertimento se transformam em valores de troca.

É a marcha do capitalismo, aniquilando os homens que são envolvidos pelas teias do consumo e que atribui até mesmo à arte um valor de troca. Da arte-evasão à arte-divertimento, da arte-deslumbramento à arte-fascinação pura, o capital se apropria subjugando seus artistas à engrenagem da busca desesperada do lucro, contabilizado “simbolicamente” pelo dinheiro dos balanços contábeis, das contas bancárias e dos investimentos especulativos.

Esses homens, aniquilados um a um, para sobreviverem desenvolvem uma rede de solidariedade entre si. O ventríloquo compra algumas verduras e Alice faz uma sopa, que chega na hora certa para o faminto palhaço, às portas do suicídio. Mas, essas relações de carinho e respeito existem apenas entre eles. Diferente é a relação desse pequeno grupo com outros personagens da narrativa, os empresários e os capitalistas. Na sociedade do espetáculo as relações humanas estão mediadas por imagens e os homens são reduzidos a suas funções no sistema de reprodução, toda a comunicação pessoal direta é perdida. É a passagem do ser ao ter e do ter ao parecer. O capital, com suas mercadorias, se transforma no espetáculo, deixando a todos mudos e inativos, incapazes de contato direto. As pessoas apenas contemplam e aos poucos perdem sua capacidade de diálogo, pensamento e criação. De acordo com Aguiar, “quanto mais o homem contempla, mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade e menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo.” (2011, p. 356). É exatamente esse o caso de Alice, que vive a ilusão de viver num país maravilhoso.

O mágico permite, ainda, mais uma reflexão sobre a sociedade capitalista: o avanço dos meios técnicos e a ampliação do capital sobre a cultura. Tatischeff é praticamente perseguido por um grupo de rock, *The Britoons*, uma referência direta aos *Beatles*, porém, vale destacar, muito mais afetados, escandalosos e com menos dom musical que os originais.

Assim como Tatischeff, esse grupo também se apresentava no mesmo *music hall* em Paris. Com suas músicas loucas, suas coreografias que incluem deitar-se e arrastar-se no chão, deixam as fãs – jovens mulheres – praticamente loucas, capazes de arrancarem os próprios cabelos, ou das outras, na disputa por um cartaz. Na hospedaria do interior da Escócia, que ainda se encanta com a luz elétrica, onde Tatischeff conhece Alice, esse ritmo louco também chega e agrada os ouvintes. Não diretamente com um show do *The Britoons*, mas com o som de uma máquina de música. As pessoas e suas sensibilidades são substituídas por máquinas, mesmo nos momentos de lazer e descontração. Em Edimburgo, Tatischeff também terá seu show substituído pelo mesmo grupo de rock.

Como bem afirmou Aguiar, inspirado em Guy Debord:

Nessa nova figura do Capital, a reificação dos homens e a feticização da mercadoria vão ser ampliadas e unificadas através da modernização tecnológica, do domínio da mídia e da assimilação das massas ao universo do consumo. O espetáculo é a economia ampliando e invadindo setores não econômicos da vida, como o espiritual, o cultural e o tempo livre, que antes se situavam desvinculados da lógica do trabalho. (AGUIAR, 2011, p. 354).

Para romper com a lógica do fetiche e da reificação capitalista, Guy Debord recupera o lúdico. Em seu pensamento o lúdico relaciona-se com a ética e está ligado à questão do sentido da vida. Ele surge como o prazer e a

comunicação entre os homens, questionando a sociedade do espetáculo. O lúdico não é o tempo do lazer, pois este também é tempo de consumo. Sob a égide do capital, o lazer foi transformado no lugar da repetição, como vemos com *The Britoons*, da padronização e na morte da criatividade das ações humanas espontâneas. O lúdico, contrariamente ao modelo consumista do tempo através do lazer, suprime toda contemplação e separação. “Tempo lúdico é tempo de reapropriação da convivência, do diálogo, da conversação e do pensamento que o tempo sério da produção capitalista quer proibir. É tempo de acontecimentos e não de representações.” (DEBORD, 1997, § 200). É o tempo lúdico que interessa aos artistas de *O mágico*, que pouco a pouco, se veem desapropriados.

Não por acaso, as luzes no final do filme lentamente se apagam: nas casas, nos escritórios, nas vitrines. A última luz a se apagar é dos luminosos do *music hall* onde Tatischeff trabalhava. E se vê afastar-se um ponto de luz, referência aos vaga-lumes. Aquela luz não se acenderá jamais. Os espetáculos simples daqueles artistas acabaram. Agora o mundo será iluminado, infelizmente, pelo brilho das mercadorias. *L'illusionniste* é, sem dúvida, uma crítica à sociedade da mercadoria e ao espetáculo-fetice com todas as suas mazelas e em seus vários domínios, dentre os quais a transformação das artes em mercadoria de consumo rápido e massificado. É também um tributo ao verdadeiro artista de um mundo que a velocidade do século e de sua automação fez desaparecer. Com certeza é uma crítica também nostálgica e melancólica que não vê possibilidade de a vida ser realmente explicada e ressurgir do deserto instituído pelo capital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, Odílio Alves. O lúdico em Guy Debord. In: ALMEIDA, José Carlos Silva de; BARROS, Fernando R. de Moraes; GERMANO, Emanuel Ricardo. (Orgs.) *Filosofia e cultura*. Fortaleza: UFC, 2011.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- JAPPE, Aselm. *Guy Debord*. Rio de Janeiro: Vozes, 1999
- LUCAS, Meize Regina de Lucena. *Imagens do moderno: o olhar de Jacques Tati*. São Paulo: Annablume Fortaleza: Secretaria da Cultura e Desportos, 1998.
- MARX, Karl. *O capital*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. Volume 1. Livro 1