

GILSON SCHWARTZ

THAIS HELENA DE CAMARGO BARROS



GILSON SCHWARTZ

é professor do
Programa de
Pós-graduação em
Meios e Processos
Audiovisuais da
ECA-USP.

**THAIS HELENA DE
CAMARGO BARROS**

é mestranda no
Programa de
Pós-graduação em
Meios e Processos
Audiovisuais da
ECA-USP.

Do ciberespaço à iconomia: projeções metapóricas

RESUMO

Na sociedade contemporânea o ser humano se vê inserido – ou invadido – em ambientes cada vez mais configurados por complexos recursos tecnológicos. É o ciberespaço, onde as imagens inundam o cotidiano e se traduzem em valor, o corpo adquire novo *status* imaterial e as noções de lugar e tempo se transformam e quase se anulam. O cinema pensa e produz também uma desterritorialização da imagem em movimento desde os seus primeiros tempos de imagem-máquina. Este trabalho reflete sobre as transformações da ordem social que implicam a emergência de uma “iconomia” a partir dos espaços simbólicos, tomando três momentos críticos na história do cinema como índices de uma convergência entre material e imaterial que se consolida a partir da emergência do ciberespaço. O quase-método metapórico é mobilizado como ferramenta de reconstrução metodológica desses ícones da história do cinema relacionados à desconstrução do *Homo faber*. O “outro lado” do ciberespaço, abrindo continuamente novos espaços-tempos de criação de valor, identifica-se a uma iconomia em que as projeções narrativas tornam-se fontes paradigmáticas de valor e de “mais gozar”.

Palavras-chave: ciberespaço, cinema, metáporo, quase-método, iconomia.

ABSTRACT

*In contemporary society, human beings are included into or invaded by complex technology-oriented environments. In cyberspaces, daily life is flooded with images which translate into values; the body acquires a new immaterial status, and the notion of place and time almost becomes non-existent. Movies have generated thinking and also brought forth a deterritorialization of images in motion since the dawn of the machine-image era. This essay reflects on the changes in the social order which imply an “iconomy” arising from symbolic spaces. It looks on three critical moments of movie history as indexes of a convergence of the material and the immaterial through the emergence of cyberspace. This quasi-method is used as a tool of methodological reconstruction of those icons of cinema history related to the deconstruction of the *Homo faber*. The “other side” of cyberspace, continually unfolding new time-spaces of creation and value, is identified with an iconomy in which narrative screenings become paradigmatic sources of value and surplus-enjoyment.*

Keywords: cyberspace, cinema, quasi-method, iconomy.

QUASE-INTRODUÇÃO

Ciro Marcondes Filho define, em seu *Dicionário da Comunicação* (2009), o termo “metáporo” – a partir de Sarah Kofman e seu conceito de “poros” – como “abertura ou saída para além de, para outro lado” (de *meta*: além de, depois de, do outro lado, e *poros*: abertura, cavidade, saída).

Além da etimologia (ou do outro lado dela, como sentido para esse conceito-cavidade ou palavra-valise), o “metáporo” é “pensar em movimento”:

“A primeira condição de possibilidade para a realização do quase-método em estudos de comunicação é a consideração de que o mundo é permanente movimento e de que nós, inseridos nele, devemos *pensar em movimento*, produzir teorias ‘no durante’, sugerir descrições e constatações que levam em conta a provisoriabilidade do saber” (Marcondes Filho, 2009, p. 259).

No termo “metáporo” pode também ser encontrada uma relação etimológica com “metáfora” – “meta” designando um lugar ou tempo (no meio de, entre, atrás, em seguida, depois, com, de acordo com, segundo, durante) –, novamente a ideia de movimento remetendo, ainda, à metalinguagem como âncora para a medida do valor da comunicação.

O objetivo deste artigo é fazer o exercício de uma análise fílmica usando o quase-método metapórico como horizonte para uma quase-teoria da comunicação que se insere na construção de uma economia política da imagem digital ou “iconomia”.

Quando surge uma nova correlação entre forças de produção e relações sociais de comunicação, produz-se uma nova medida do valor como ícone em movimento. Importa o que se mostra, mas o valor vem do movimento que se estabelece com o olhar, a atenção e a ilusão: a representação teatral da indeterminação e criatividade humanas.

A iconomia procura nexos entre o pensamento em movimento e a imagem em movimento a partir dos quais uma ação comunicativa cria valor.

A proposta de uma aproximação metapórica ao tema pressupõe, sobretudo, o entendimento de que a comunicação não se dá como algo pronto, estabelecido, esquemático.

Se nos moldes clássicos comunicação é apresentada como algo dado, estruturado, pronto para esclarecer dúvidas, evitar conflitos ou mal-entendidos, pensamos aqui em um (des)encontro entre dois – ou mais – já que nem o próprio sujeito é uno.

É do que fala a psicanálise, em que o que se encontra é uma conversação: uma troca de ideias múltiplas, singulares, não formatadas *a priori*, sem regras, sem definir certo ou errado, permeada pelo impacto da atemporalidade do inconsciente em suas sincronicidades.

Trata-se dos seres falantes – e faltantes – sobre os quais discorre Lacan, assim como da iconografia arquetípica em que se produz a sincronicidade em Jung. Sem identidade fixa, mas constituídos, e constituintes, de identificações que ao longo da história aparecem traduzidos como ícones, imagens arquetípicas, em movimento. Algo mutante e recorrente, portanto, mas nem por isso portador de uma comunicação exaustiva ou única, pois inserido em discursos que projetam as marcas do desejo, da singularidade que toca o outro e permite ser tocada.

Retomando Marcondes Filho (2004), o “acontecimento comunicacional” torna-se pensamento, produz um encontro, um choque de corpos que, no entanto, torna vivida e mais intensa a dimensão incorpórea, imaterial, intangível.

A iconomia propõe-se a navegar entre os desafios de uma nova teoria comunicacional, amparada em reflexões nas tradições da psicanálise e da economia política, construindo uma nova narrativa da contemporaneidade que aponta ora para aproximações, ora para afastamentos entre essas diferentes visadas do ser-no-mundo.

O “quase-método” é inspirado pela crença ou aposta numa não estruturação, um

não enquadramento, atento ao pensamento-prática-mídia que em seu movimento é a cada instante um projeto da singularidade. A busca de códigos de leitura visual e a conexão entre esses códigos e as máquinas de produção de valores em cada etapa do desenvolvimento capitalista colocam novamente em questão o projeto iluminista, mas rejeitam a razão comunicativa que não seja penetrada em sua existência pelas tensões da razão instrumental. O movimento acontece porque, mais que dialético, é trialético ou triádico, determinando, na trama acontecimental da história da imagem, as mútuas reverberações entre real, simbólico e imaginário.

CINEMA EM MOVIMENTO

Escolher o cinema como referencial para a reflexão é fazer uma escolha nada neutra de quais filmes serão abordados e de como isso se dará – neutralidade discutida por Aumont e Marie (1993), que entendem que analisar a imagem pressupõe lançar mão de valores e crenças, diferentemente do trabalho do crítico, que parte de um olhar pautado por aspectos predefinidos, técnicos.

A invenção do cinematógrafo, na virada do século XIX para o século XX, abriu um caminho para uma reviravolta nos laços sociais; pode-se identificar o início de uma nova maneira de ver, e de apreender, o mundo. Um mundo agora em movimento, mágico, que leva a uma virtual “imersão” no imaginário, permitindo que se escape de uma realidade nem sempre agradável, mas também criação de um espaço de simbolização e de transcendência.

Bragança de Miranda (2008, p. 38) aponta o cinema como infundável reciclador de imagens, espaço de registro do imaginário no qual ocorre a captação de desejos e que possibilita a tradução de angústias de cada época que venha a representar.

O século XXI surge marcado pela ubiquidade da tecnologia audiovisual digital, com atributos de interatividade, imersão e mobilidade em todos os planos, a qualquer

momento, por vezes já quase despercebida pela (às vezes brutal) inserção no cotidiano – a computação e as telas tornam-se ubíquas e pervasivas, orgânicas e ambientais, infraestrutura e ao mesmo tempo nuvem; necessidade e recurso, mas também eterna possibilidade, hábito ou vício. Mediação entre corpos e mentes, redefinindo os processos que organizam vida e pensamento a partir da integração cognitiva e cultural em sistemas de imagens em movimento.

Nas abduções e desconstruções semióticas sugeridas a seguir, procuramos jogar alguma luz sobre a passagem da economia (século XX) para a iconomia (século XXI) usando o quase-método aporético para traduzir imagens em movimento (ícones da produção cinematográfica) em modelos e conceitos em movimento (iconomia e *Zeitgeist*).

OS SEUS, OS MEUS, OS NOSSOS FILMES

No cinema encontramos um sem-número de produções para pontuar as considerações aqui apresentadas. Em nosso objetivo de refletirmos sobre a construção de uma economia política da imagem digital ou iconomia, utilizando a quase-teoria metapórica da comunicação, recorreremos a três produções emblemáticas. Nelas encontraremos as questões das mudanças e das novas correlações entre forças de produção e relações comunicacionais, dos impactos produzidos pela tecnicização e de como emergem novas configurações de corpo, tempo e espaço.

O século XX começara... Final dos anos 1920, *belle époque*, brilho da ciência e das artes. Na Alemanha, a instauração da República de Weimar, momento de transição política e econômica, inflação alta, disputa de poder, alguns sinais de reconstrução. Em breve, a crise de 1929 desestruturando a América e seus reflexos na Europa, além da ameaça latente do nazismo. É filmado *Metrópolis*, de Fritz Lang (1927). Numa

fase pré-cibernética, lá já se encontram a arquitetura grandiosa e a tecnologia pre-nunciando um novo mundo.

Virada de década em que um mundo nada homogêneo se oferece a quem quiser vivê-lo. Muitos são os movimentos que falam de uma nova era: maio de 1968, o feminismo, os *hippies*; os tempos ainda são de Guerra Fria e de regimes totalitários na América Latina e no Leste Europeu; um mundo dividido entre a esperança e o medo. Estreia *Solaris*, de Andrei Tarkovsky (1972).

Do século XX para o século XXI. A concepção de *Inteligência Artificial* havia sido desenvolvida por Stanley Kubrick nos anos 1980, mas é em 2001 que Steven Spielberg concretiza o projeto de filmagem. Época de um avassalador avanço tecnológico, do *boom* das relações em rede; um homem cada vez mais conectado, mas sempre ser faltante e desejante. Emblemático ter em Spielberg o “tradutor” dessas questões, já que em sua filmografia a técnica encanta, o sentimentalismo e a inocência camuflam

os conflitos. Tempos de autoajuda, de consumo, de mercantilização do olhar. Tempos globalizados, espetacularizados.

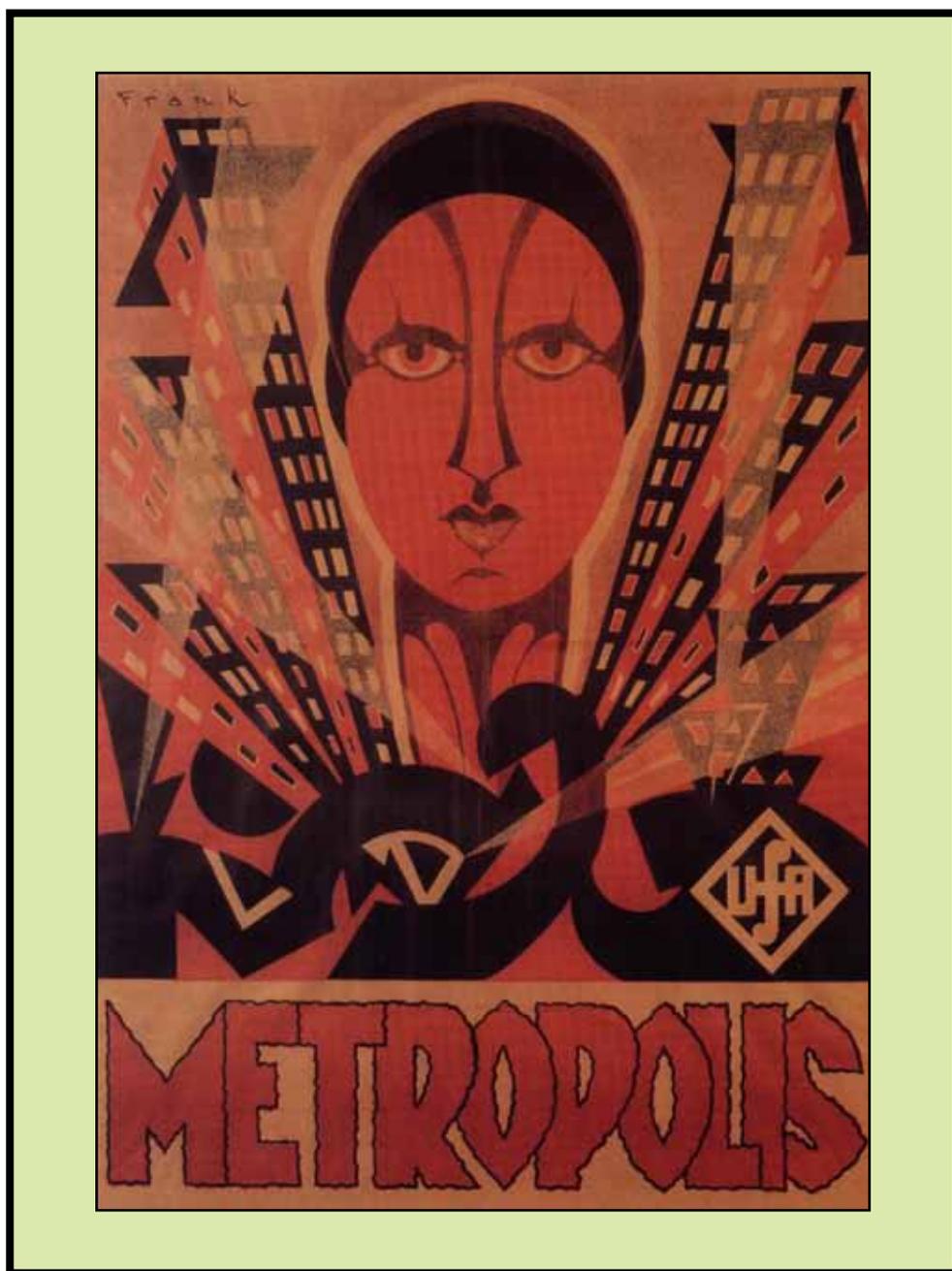
VISÕES DE MUNDOS

Um cenário de intensas mudanças sociais, políticas, culturais e econômicas – nas quais o avanço da tecnologia tem um papel central – marca o século XX e a virada para o século XXI. Chamado de globalização por uns e pós-modernidade por outros, é um contexto de inúmeros hibridismos da cultura global, revelados por uma dinâmica permanentemente paradoxal e complexa, na qual não cabem leituras maniqueístas. Não mais são possíveis julgamentos a favor ou contra a tecnologia, que tem na Web sua maior representação.

É um pensar sobre a contemporaneidade que coloca os indivíduos o tempo todo

Nesta página e na seguinte, cartazes do filme *Metrópolis*, de Fritz Lang (1927)





frente a conflitos – algo da essência do humano, permanentemente dividido ao se deparar com suas demandas e escolhas. Um cenário em que, à medida que o capitalismo industrial foi se desenvolvendo, foram se configurando mudanças substanciais e estruturais nas formas de se comunicar, produzir e construir vínculos sociais, políticos, econômicos, culturais e afetivos.

Constrói-se um imaginário social que fala das novas relações humanas, o qual não é único e não se esgota em uma só leitura.

Em um extremo alguns veem esses “novos tempos” sob a ótica maniqueísta de *Metrópolis*, ou seja, um capitalismo cruel, esmagador, de maus patrões escravizando seus operários, robotizados pela tecnologia, e o anseio de uma redenção pelo amor.

Na contraparte, tantos avanços podem criar no homem contemporâneo, a exemplo do universo de *AI*, a ilusão de perceber-se absoluto, potente, capaz de criar como um Deus robôs não só feitos para substituir à perfeição a mão-de-obra humana como

também capazes de amar; amor artificial, atendendo às necessidades “sob medida”. A felicidade em pílulas, imediata, gozo incessante.

É em *Solaris* que se vislumbra uma proposta de caminho do meio – ou será no meio do caminho, onde existe uma pedra drummondiana que não se nomeia nem se explica, mas que leva a inventar uma saída poética – sem respostas prontas, sem predefinições. Lá o que existe é dúvida, questionamentos intrigantes, o inconsciente se manifestando, revelando um sujeito angustiado, desejante, faltante. Incitando à escolha de implicar-se ou não.

•••

O que se vive hoje são tempos de fragilidade do vínculo social, fazendo com que os corpos sintam carência de espaços, e tempos em que sejam reconhecidos e acolhidos ou, em contrapartida, se isolem nas próprias necessidades e interesses (Enriquez, 2006).

A Web, com seu modo de transmissão síncrono próprio, configura um espaço

“[...] de ligações, atravessado de fluxos que transportam mensagens, palavras, imagens e sons com a rapidez cujo nome em linguagem computacional é ‘tempo real’. Ligações instantâneas, nunca estáveis, evoluindo sem parar, projetadas em uma espécie de vazio, do qual elas seriam, de algum modo, a textura” (Cauquelin, 2008, p. 169).

Essa outra espacialidade que surge afeta também a temporalidade, o síncrono abre-se para sincronicidades, que agora não mais se apreendem pela ideia de uma linha contínua de sucessão de fatos, numa narrativa linear, causal e determinista – “‘ver’ o tempo sob forma do lugar”; “quando o longe é aqui, o tempo é abolido” (Cauquelin, 2008, p. 153).

Cria-se um ambiente em que a percepção e os vínculos são estabelecidos a partir de referenciais móveis, ainda que nem sempre abertos para ser explorados e descobertos. Instauram-se desafios e também riscos de navegar pela rede à deriva, sendo comum afogar-se no excesso de informações sem

evoluir como sujeito comunicacional, assim como se configuram possibilidades de novas sensibilidades coletivas, amparadas pela emergência de uma inteligência conectiva¹.

REPRESENTAÇÃO DO ESPETÁCULO: META-INFORMAÇÃO, METAGESTÃO, METÁPORO

“29

A origem do espetáculo é a perda da unidade do mundo, e a expansão gigantesca do espetáculo moderno exprime a totalidade desta perda: a abstração de todo o trabalho particular e a abstração geral da produção do conjunto traduzem-se perfeitamente no espetáculo, cujo *modo de ser concreto* é justamente a abstração. No espetáculo, uma parte do mundo *representa-se* perante o mundo, e é-lhe superior. O espetáculo não é mais do que a linguagem comum desta separação. O que une os espectadores não é mais do que uma relação irreversível com o próprio centro que mantém o seu isolamento. O espetáculo reúne o separado, mas reúne-o *enquanto separado*” (Debord, 1997).

A agilidade e facilidade em transmitir e divulgar informações as mais diversas favorece o culto da imagem. Mas é muito mais do que isso, como mostram as considerações apontadas por Mark C. Taylor (apud Bragança de Miranda, 2008, p. 62):

“A sociedade do espetáculo é a realização concreta da filosofia especulativa. Enquanto o empreendimento filosófico de Hegel se dedica inteiramente a transformar imagens em conceitos, a sociedade do espetáculo encontra-se de tal modo submersa em imagens que todos os conceitos parecem figurativos. Não obstante, o idealismo especulativo de Hegel antecipa o idealismo

¹ O conceito é desenvolvido por Derrick de Kerckhove, que discute e estuda a condição psicológica das pessoas agora sob a ampla e forte influência de inovações tecnológicas (“tecnopsicologia”), criando um novo modo de aquisição, e também de aproximação, de conhecimento (cf. depoimento no Youtube em <http://www.youtube.com/watch?v=btK8dvf-ypy>).

da imagem que caracteriza a sociedade do espetáculo. Segundo Hegel, o conceito encontra-se encarnado no espaço e tempo. Em termos diferentes, a objetividade revela-se conceitual e o real é imaginário. Para Hegel, tudo é conceito; para a sociedade do espetáculo, tudo é imagem”.

• • •

Em *Metrópolis* o magnetismo exercido pelo robô Futura sobre os operários já fala de um culto à celebridade. A descoberta que se faz da tecnologia nesse momento (lembrando que o enredo se passa no século XXI), ainda insípida frente ao que está por vir, traz o prenúncio de um futuro de grandiosidade, impactante.

Em *Solaris*, discute-se sobre algo mais humano, há o conflito, a tensão: o oceano como espelho, um olhar para si mesmo. O oceano que pensa, que responde às interferências científicas devolvendo aos humanos uma inundação de imagens que se criam no inconsciente e ganham forma e corpo; o imaginário a ser decifrado, portanto, simbolizado.

Já o espetáculo se faz na/pela natureza assustadora e enigmática. Há o questionamento ético da ciência, da tecnologia, as preocupações com o ambiente, a não resposta, o não saber para tudo. O que não se pode dar conta, nem explicar. E aquilo que não se explica toma conta do sujeito.

Os personagens de *Solaris* pensam em rede, uma interconectividade que traz o desafio do confronto com o imaginário e o desejo. Cada personagem do filme, ao (re)viver sua história, praticamente cria um avatar.

Na Web as imagens são projetadas, há um inconsciente que é capturado externamente, transformado, materializado; dá-se corpo digital aos desejos humanos (como no “Second Life”, ambiente virtual 3D em tempo real que representou o primeiro projeto global de produção e empreendedorismo com avatares do século XXI).

Desejo que pode ser transformado em mercadoria como em *AI: o garoto David*, após ser abandonado por sua mãe para não

ser destruído, fica a vagar por um universo de fantasia e luzes, espetacularizado ao extremo, representado na figura do robô-gigolô, mestre de cerimônias do entretenimento, totalmente avatar.

Podemos pensar que a força dos encontros virtuais em muito se dá por conta de favorecer a projeção e exposição do desejo e por trazer a quase certeza de encontrar um Outro que pode ser moldado, filtrado por mecanismos de busca, testado e trocado até que, imaginariamente, o desejo seja infinitamente atendido (especialmente o sexual).

LUZ, CÂMERA... PROJEÇÃO

Em Bragança de Miranda (2008) vemos que a imagem surge quando o homem se depara com a natureza (*pyshis*); cria a imagem para lidar com essa situação, sendo, então, o primeiro registro humano. Atua como uma espécie de filtro invisível que age no real, o transforma; algo que se coloca entre nós e o mundo.

Hoje, mais do que nunca, traduz o mundo contemporâneo, no qual tudo é fixado, registrado. Acima de fazer algo ou “ser alguém”, o que importa atualmente é fazer-se ver pelo Outro.

A imagem e a visibilidade são imbuídas de valor.

Se voltarmos ao “Livro Primeiro” de *O Capital*, de Karl Marx, encontraremos o conceito de mercadoria como uma coisa – corpórea, material – que satisfaz necessidades e, também, a primeira noção de valor: o valor de uso. Na medida em que o trabalho humano é alienado do trabalhador, a mercadoria adquire o valor de troca; deixa de ser significado, passando a significante.

Em uma sociedade em que as trocas acontecem de maneira extremamente veloz, na qual praticamente tudo pode ser rapidamente modificado, incrementado, verificado e comparado, criam-se facilmente padrões de qualidade que conduzem à valoração daquilo que é intangível. Não mais pelo tempo que levou para ser produzido, pelo custo de uma possível matéria-prima, até



porque nem sempre – quase nunca – ele é materializado. Na era industrial, o que se contabilizava era a mercadoria, porém, a revolução tecnológica cria novos paradigmas nos quais o sujeito é ele próprio mercadoria a partir do que sabe. O valor vem do interesse que algo (ideia, imagem, marca) gera nas pessoas, da demanda que provoca, do desejo que suscita.

Cria-se, assim, a promessa de uma suposta completude, que se delineia no registro do imaginário; promessa de acesso a algo que falta, de satisfação do desejo (Lacan, 1992). É o engendramento de uma armadilha na qual se oferecem cada vez mais alternativas para suprir algo que nunca pode, de fato, ser satisfeito, e é justamente nessa busca permanente que se impõe um valor. E, nesse processo, a mercadoria – inicialmente apenas configurada em sua materialidade – adquiriu, impregnou-se do caráter imagético, icônico.

O signo, o ícone, ganha valor no imaginário. Importa ter acesso ao que promete completude, felicidade.

Podemos aqui recorrer ao conceito kleiniano de projeção, em que o adequado adestramento em nossa fome do outro (no

caso, o seio materno) provoca desequilíbrios nas competências para superar a felicidade fetal, primitiva e sem luz.

A mulher, ao dar à luz, cria uma vida que precisa aprender a não viver mais uma relação direta, corporal, com o alimento, com o universo como fonte exclusiva, segura e total e satisfação e prazer, gozo uterino.

Ao dar à luz, a mulher instaura o mecanismo da projeção, e a volta ao útero da sala de cinema nos oferece a oportunidade de uma mediação terapêutica do ato de “ver a luz” (projeção do “vir à luz”).

Ao recorrermos a Aumont e Marie (2003, p. 156) encontramos, no *Dicionário Teórico e Crítico de Cinema*, o verbete “Identificação”, no qual abordam o conceito a partir de Freud destacando a importância que tal processo tem na constituição da personalidade e o quanto está presente na relação do sujeito com a obra de ficção, acabando por tornar-se objeto de discussão na crítica cinematográfica. Apontam ainda que, na visão de alguns teóricos, a identificação se dá no nível da ficção (isto é, com o personagem), mas que outros estudiosos falam de uma identificação com o dispositivo mesmo

**Cena do
filme *Solaris*,
de Andrei
Tarkovsky
(1972)**

(Baudry, 1970), quando então o projetor, a tela, a sala escura evocam no espectador o mesmo processo da criança na fase do espelho de Lacan: “a submotricidade e a colocação em jogo do visual”. Momento em que o espectador volta-se com menos intensidade para o espetáculo e mais para o “que não é visível, mas faz ver”, algo que o prende à própria imagem.

A análise fílmica de *Metrópolis*, *Solaris* e *Inteligência Artificial* aponta para essa ressignificação metapórico-psicanalítica do cinema, em que o “sair ou ver do outro lado”, como processo de nascimento e saída do útero, é substituído pelo trânsito da luz entre os buracos da câmera e do projetor, cabendo ao espectador instalado confortavelmente nesse útero-caverna fazer seu próprio parto (ou criar seu próprio buraco), fonte e rumo de luz, mergulhando sua vida nesse movimento de conceitos interativa e imersivamente projetados.

A PROJEÇÃO DO CORPO E O CORPO COMO PROJEÇÃO: ÍCONES DO MOVIMENTO

Nos primórdios temos a carne, pura matéria que pode ser usada, usufruída, destruída, fonte de força, prazer, dor e sofrimento; faz-se então necessário protegê-la; cria-se o corpo (Bragança de Miranda, 2008).

Assim, corpo é matéria, mas é imagem. E ganha forma nos moldes de uma época.

Os avanços da tecnologia vão imprimindo novas maneiras desse corpo ser visto, construído, aprimorado, usado. Corpos construídos como aparato tecnológico, tempos de próteses, de manipulações genéticas, de busca de perfeição.

Enão é somente o corpo da dimensão do humano que está em questão. A apreensão do espaço e do tempo também vai sendo transformada pela tecnologia.

Anne Cauquelin (2008, p. 93), voltando aos estoicos, fala de um espaço que “só vem a ser lugar quando um objeto toma

lugar nele, e [...] o tempo também é um incorporeal e só assume corpo – isto é, só se torna tempo realmente – quando uma ação se dá nele”.

•••

Se o movimento é da esfera do corpo, também os gestos e ações vão sendo adaptados a cada tempo, a cada avanço dos recursos tecnológicos.

Nos defrontamos, em *Metrópolis*, com uma legião de operários de gestos massificados e repetitivos, endurecidos; uma ação (trabalho) que desumaniza, assim como a tecnologia, que aqui aparece totalmente contra o homem. Trabalhadores e máquina formando um corpo único. Uma quase ausência de sensações, apenas explicitada na fadiga dos músculos. O robô Maria surge a serviço do capital, da racionalidade; encobre e aprisiona o desejo (que ganha corpo em Maria).

Em *Solaris*, assim como no ciberespaço, há rostos e corpos virtuais ou não vistos. As experiências dos personagens não são entendidas por quem não as vivenciou, as interações ali relatadas são questionadas. Como na Web, em que se conversa e cria-se intimidade com quem não se conhece, em espaços em que o suporte e o modo da interação e da troca ocorrem de maneira incorporeal “o espaço de extensão ainda vazio que permitira ao sentido advir. Esse espaço *para* a significação não é um espaço *da* significação” (Cauquelin, 2008, p. 143).

Na sociedade digital, como no mundo de *AI*, corpos orgânicos e mecânicos tornam-se praticamente indistintos.

•••

O corpo – como carne que sente – se mostra pelo feminino. O corpo como sistema de buracos que fazem “vir à luz” é comparável a câmeras e projetores que nos recolocam diante de desafios de simbolização. É a incapacidade de traduzir essas imagens em movimento, essas relações entre luz, buracos e prazer, estabelecendo o código de segurança mínima para relações

entre vida e morte, devoração do outro e reconhecimento de sua essencialidade, que produz a patologia mental e a incapacidade de simbolizar, segundo Melanie Klein. O bom cinema faz nascer de novo.

O Feminino não é, portanto, a mulher empírica, mas um gesto de acolhimento e hospitalidade para com o outro; a própria alteridade e o caráter criativo das metáforas para as relações entre corpo, luz e pensamento (Lévinas apud Marcondes Filho, 2007, p. 67). E dessa relação em que dialogam um Eu-Tu não há posse do outro, mas sim um submeter-se criando assim a possibilidade da comunicação onde poderia ocorrer incapacidade de simbolização, neurose, depressão ou paranoia.

Maria, em *Metrópolis*, é substituída pela mulher-robô para impor a ordem, a hierarquia, o poder e, pelo encontro com o outro, reassume seu papel feminino.

Em *Solaris* a mulher se faz notar pelo sonho, o imaginário, um quase delírio de uma possibilidade, de um resgate, de uma redenção. É o rosto de Hari que se destaca nas memórias de Kline, ainda que haja a “presença” de um corpo nu.

Mas a mulher, quando estereotipada, é mero objeto a ser consumido e consumir – como Mônica, em *AI*. Essa coisificação fica mais fortemente traduzida na própria ambiguidade de seres-robôs, algo andrógino.

QUASE-CONCLUSÃO

Em Marcondes Filho (2004, p. 466-7) somos provocados, entre inúmeras questões, pela ideia de uma “nova incomunicabilidade”, a “precariedade da comunicação interpessoal, direta”. Essa questão pode levar em um primeiro momento de uma leitura apressada a uma reação impulsiva e intempestiva; a uma negação brusca de algo que pode soar como uma posição retrógrada e resistente aos avanços tecnológicos.

Aqui, então, é que se encontra o nó central da temática comunicacional: se a comunicação é em sua essência o que se dá *entre* dois, constitui-se no acontecer, é

“[...] a descoberta de algo que não se sabia antes, é o expor-se à ‘violência’, é o ato de (a comunicação) nos fazer pensar nas coisas, nos outros, em nós mesmos, na nossa vida. É algo de natureza absolutamente diferente do mero se informar e das falas triviais; trata-se de uma diferença radical de qualidade na participação em um acontecimento. [...] Por isso, a comunicação, muito mais do que a informação, tende à relação *estética* com o mundo, é sentir ‘num sopro de vento chuvoso, no odor de quarto fechado ou no cheiro de uma primeira chama [...] a última reserva do passado’” (Proust, 1918, p. 643, na citação de Deleuze)²,

o que ocorre em um universo em que o psíquico, o subjetivo é de certa forma truncado por um aparato colocado neste “entre”?

Que vínculos ou relações se estabelecem em um mundo no qual a comunicação interpessoal vai sendo substituída em inúmeras situações por uma comunicação irradiada, a distância, tecnologicamente intermediada?

As relações sociais – o contrato – pressupõem uma relação especular de equivalência entre envolvidos (o ideal rousseauiano de uma sociedade transparente). Contudo, no sujeito há sempre algo fora da equivalência – aquilo que para nada serve, ou seja, o não explicado, não entendido, aquilo que excede – seja a mais-valia, seja o mais-de-gozar – o que é sua marca (Miller & Milner, 2002).

A tecnologia amplia o potencial de valorização de ativos por meio do acesso digital ao conhecimento e à representação audiovisual em rede (audiovisualização do simbólico), reitera, e em muitos casos radicaliza, processos de massificação e globalização indiferenciada, que desvalorizam e desarmam o talento individual, a singularidade cultural e a diversidade do gozo imaginável, fazendo do ator-rede uma nova máquina neurótica de exploração social ao mesmo tempo em que a tensão recorrente entre real e imaginário abre essa mesma linguagem ou projeção narrativa para o “outro lado” das experimentações emancipatórias (Schwartz, 2008).

2 Extraído da “Parte V – O Princípio da Razão Durante”, texto de referência nos seminários realizados no segundo semestre de 2009 no CJE da ECA-USP.

No ciberespaço há o risco do mergulho alienante no imaginário, na ficção, mas há também a possibilidade de outras experimentações para se lidar com uma ordem social, um mundo que vem se destituindo de regras únicas e de padrões verticalizados, não mais “pai-orientado” (Miller, 2005). Tempo de novos fazeres, novas relações, de avatares que podem levar à alienação, ou a descobertas de si que conduzem a um novo jeito de estar nas relações interpessoais.

A digitalização da realidade é um movimento que se delinea como irreversível e que vai sendo progressivamente integrado às diversas formas de interação que se criam entre as pessoas, os grupos, os sistemas de educação, assim como as empresas e o chamado mercado, acontecendo agora em não lugares móveis, flexíveis.

É uma realidade híbrida de digital e analógico que demanda do pensamento comunicacional uma perspectiva emancipatória, na qual os direitos e limites da humanidade sejam reconhecidos não como desvios ou bloqueios imaginários e sim como ícones criados livremente pela atividade coletiva de simbolização criativa dessa mesma realidade.

Vimos, assim, três momentos sintomáticos de uma trajetória na qual novos

cenários foram sendo criados pelo impacto de mudanças na ordem social impostas por um capitalismo mutante. E, nesse processo, encontramos a presença forte e influente da tecnologia. Para muitos, é apontada como causa de conflitos, diferenças e problemáticas as mais diversas. Vemos, contudo, esse avanço tecnológico como reflexo de demandas de uma sociedade que se constitui na experimentação de outras formas de apreensão do mundo, de comunicação e de produção – de sentido e de valor.

Na escolha de cada obra cinematográfica aqui discutida está presente a identificação de uma marca, de um ícone, de um movimento de produção de uma significação daquilo que traduz essa tríade estruturada e composta por uma forma de pensar a comunicação em movimento, contextualizando o cenário no qual se desenvolve e se transforma e observando e identificando o produto dessa dinâmica, avançando de um processo de uma interação operacional homem-máquina (hoje uma representação quase ingênua, ainda que presente), chegando à construção de uma realidade virtual, aumentada, em que transitam homens-máquinas cibernéticos ultrapassando limites entre “natural-artificial”.

	Metáfora (real x imaginário)	Ícone (audiovisualização)	Zeitgeist (economia política)
METRÓPOLIS	Tangível	Mecânico	Capitalismo industrial, séculos XIX-XX
SOLARIS	Telepático	Intelectual	Capitalismo tecnológico, séculos XX-XXI
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL	Informacional	Pós-humano	Capitalismo digital, século XXI

BIBLIOGRAFIA

- AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. *Análisis del Film*. Espanha, Paidós, 1993.
- _____. *Dicionário Teórico e Crítico de Cinema*. Campinas, Papirus, 2003.
- BRAGANÇA DE MIRANDA, José A. *Corpo e Imagem*. Lisboa, Nova Vega, 2008.
- CAUQUELIN, Anne. *Frequentar os Incorporais. Contribuição a uma Teoria da Arte Contemporânea*. São Paulo, Martins Fontes, 2008.
- DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. São Paulo, Contraponto, 1997.
- ENRIQUEZ, Eugène. "O Homem do Século XXI: Sujeito Autônomo ou Indivíduo Descartável?", in *RAE-eletrônica*, v. 5, nº 1, Art. 10, jan./jun./2006.
- LACAN, Jacques. *O Seminário Livro 17*. São Paulo, Jorge Zahar, 1992.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *O Escavador de Silêncios. Formas de Construir e de Desconstruir Sentidos na Comunicação – Nova Teoria da Comunicação II*. São Paulo, Paulus, 2004.
- _____. "O Outro como Mistério e o Feminino como Alteridade Absoluta", in *MATRIZES*, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, ano 1, n. 1. São Paulo, ECA-USP, 2007.
- _____. *Dicionário da Comunicação*. São Paulo. Paulus, 2009.
- _____. "O Ser Infogênico", in *Revista Espiral – Revista Eletrônica de Divulgação Científica Núcleo Jose Reis de Divulgação Científica*, ano 10, nº 40, jul.-ago.-set./2009.
- MILLER, Jacques-Alain. "Uma Fantasia", in *Opção Lacaniana – Revista Brasileira Internacional de Psicanálise*, nº 42. São Paulo, Eolia, 2005, pp. 7-18.
- MILLER, J.-A.; MILNER, J.-C. *Você Quer Mesmo Ser Avaliado?*. São Paulo, Manole, 2006.
- SCHWARTZ, Gilson. *Economia Política da Cibercultura e Emergência da Iconomia*. Artigo apresentado no Simpósio da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura, PUC-SP, 2008.
- SEGALL, Hanna. *Introdução à Obra de Melanie Klein*. Rio de Janeiro, Imago, 1975.
-