

*“Levanta-te, tu, formigueiro monstruoso da planície  
De um mundo atarefado! Perante mim flui  
Tu! corrente sem fim de homens e coisas  
em movimento!  
tua aparência diária deslumbra  
Pelo seu fascínio magnífico ou pelo seu sublime terror  
Os estranhos de todas as idades; a dança rápida  
De cores, luzes e formas; o barulho ensurdecador;  
Os que vêm e os que vão, face a face,  
Face após face; o cordão de mercadorias cintilantes,  
Loja após loja, com símbolos, nomes brasonados,  
E todas as honras do comerciante enaltecidas”*

*(Wordsworth, Prelude).*



Foto de autoria desconhecida, sem título, 1960



SÉRGIO LAGE T. CARVALHO

**A saturação  
do  
olhar  
e a vertigem  
dos sentidos**





Segundo a escritura baudelairiana, somente o pintor de momentos fugidios é capaz do gesto heróico de capturar o espírito da modernidade. Esse novo estádio da história humana, a modernidade, é sobretudo compreendido como uma época em que as formas de experimentar e sentir a realidade e a vida sofreram inflexões agudas. Na vida moderna, sob o signo da transitoriedade, da fragmentação, do excesso e do fluxo instável e transitório de coisas e idéias, a instância psíquica de cada homem é marcada pelo registro indelével da tensão nervosa, da velocidade, do superficialismo, da efemeridade, da hiperestesia e da experiência solitária e imediata. A realidade não se sustenta e tudo, matéria, idéias e espírito, fragmenta-se e se perde. A modernidade reverbera o múltiplo inconsistente e variável, a totalidade como contingência e ambigüidade. Assiste-se à emergência do esvaziamento nos conteúdos e formas de uma totalidade fechada e de uma verdade consensual no mundo. A vida moderna caminha em paralelo com a dissolução das respostas e conceitos fixos do mundo tradicional e pré-moderno, tornando cada vez mais difíceis as tentativas de se compreender e diagnosticar fenômenos e crenças compartilhadas, apontar soluções e eleger caminhos. A modernidade trouxe consigo a relativização de valores e ensinamentos, de doutrinas e apanágios.

O mundo moderno nasce de rupturas e profundas transformações na ordem das coisas, emerge maldizendo e amaldiçoando suas heranças e seu passado, fazendo tábula rasa da sua história e seus legados. Testemunha de um presente sem vínculos e ligaduras com seu momento antecessor, sua grande promessa é a mudança inexorável, o progresso civilizatório e as utopias do mundo futuro, apagando todos os rastros sinistros com os legados pretéritos do medievo. Ser moderno significava, nas palavras de Nietzsche, destruir e criar coisas novas, para além do bem e do mal.

Um mundo em convulsão, em constante aceleração e ainda disforme se ergue por sobre os destroços das gerações pas-

sadas. Fim do mundo mítico, nascimento da redenção do progresso histórico. Um mundo em movimento, imantado pelo sentimento renovado de ir além de si mesmo. Os tempos modernos rompem definitivamente com o passado e se entregam às ameaças e promessas de um admirável mundo novo, controlado pelo tempo racional, impessoal, cronométrico e veloz dos ponteiros afinados aos relógios do trabalho industrial e produtivo, impelindo todos rumo ao momento imediato e às realizações grandiloquentes de um futuro emancipador. As regras e códigos impessoais vigentes no relógio taylorista das fábricas ajustam a vida cotidiana das grandes cidades e se confundem com o tempo nervoso das ruas e multidões. Apagam-se os rastros de um tempo múltiplo, litúrgico e eterno. As chaminés de verticalidade aparente com sua fumaça plúmbea se justapõem e escondem as antigas torres e campanários de catedrais e abadias medievais (Starobinsky). A cidade moderna não mais se constitui ao redor do mundo religioso das igrejas, mas está condenada a se erigir entre as cercas e muros da fábrica moderna. A arquitetura do passado cede rapidamente terreno para as formas e contornos do mundo da produção e do trabalho. As cidades modernas nos seus traçados, nas suas construções e na sua geografia se transformam radicalmente. Suas noções de tempo e espaço rompem em definitivo com sua história milenar. As migrações, intervenções, demolições e modificações permanentes na concepção urbanística das cidades criam, desse modo, uma constante sensação de estranhamento, despertença e perda das identidades históricas e pessoais de seus homens. Enteram-se as lembranças, apagam-se as inscrições históricas e condena-se a memória pessoal e coletiva ao esquecimento. As cidades, enquanto espaços de alegorias e mutações, fragmentações e descaminhos labirínticos, geram o estranhamento, a deriva, o esquecimento e a solidão. Para outros, ao contrário, essa inominável “beleza dos modernos totalmente desconhecida dos antigos” gera o encantamento e o

fascínio. A dissolução da estabilidade e dos conteúdos fixos da tradição, a intensificação do vivido e a afirmação do contingente sobre o absoluto consubstanciam não apenas novas molduras ao quadro impressionista da vida social econômica, política e cultural, mas principalmente uma nova sensibilidade psíquica e individual de seus homens e mulheres.

Se o moderno é marcado pelo caráter da contingência e fragmentação, da multiplicação e da fugaz (des)aparição das coisas, quais perspectivas ou quais mediações se podem utilizar para compreender e interpretar este novo mundo em constante (re)organização?

Uma leitura sociológica da cultura a partir de um caráter estético elege certas categorias para a interpretação que privilegiam uma dimensão mais microscópica, imagética e plástica do vivido, acentuando os elementos e características contingentes do cotidiano e elevando ao patamar de cidadania sociológica os fundamentos e experiências do mundo psíquico, sensorial, emocional e subjetivo das vidas sociais de seus homens. Essa análise não despreza a história, nem muito menos uma leitura de caráter social, econômico e político, ao contrário, incorpora e se nutre dessas leituras, mas centra e constrói seu paradigma em torno de uma concepção mais próxima da experiência do vivido e das percepções e das manifestações da ordem do psíquico. Desse modo, a modernidade também pode e deve ser interpretada de uma perspectiva estética, colocando no epicentro das análises a dimensão, por vezes, esquecida e repudiada da cotidianidade e das microsociabilidades.

A percepção sensorial e psíquica, enquanto forma de apreender o vivido, observando, pensando, registrando e sentindo a realidade do mundo exterior, fornece um meio possível de compreensão da vida moderna. Os sentidos humanos têm uma história. Fornecem pistas preciosas para representar e interpretar as sociedades e as culturas. Nesse sentido, o olhar moderno não é somente produto do *ethos* particular da *modernité*, afirmando e destacan-

do suas características, mas ele também auxilia na compreensão da sensibilidade, do sentido e do espírito desta época (*Zeitgeist*).

Como diria Baudelaire e complementarmente Simmel, o olhar individual, como os outros sentidos, captura o ambíguo, o efêmero, o excessivo e o contraditório da vida social exterior na experiência psíquica interna. O próprio centro e a segurança subjetiva são abalados pelo fluxo vertiginoso de tensões, instantaneidades e estímulos nervosos da natureza externa do mundo quantitativo racional-industrial-técnico moderno. A experiência social da vida moderna nas metrópoles emergentes condiciona a sensibilidade e a experiência subjetiva de seus habitantes, da mesma maneira que sofre os impactos das respostas e reações espontâneas individuais frente ao excesso de estímulos do “tempo do dinheiro”. Como defendem diversos pensadores da época, a cultura e as artes se tornam cativas de uma sociedade cada vez mais administrada que, insistentemente, conforma os traços psicológicos e subjetivos das personalidades. A cultura objetiva do mundo administrado ameaça sacrificar as manifestações do espírito subjetivo.

O olhar, este sentido privilegiado da modernidade, torna-se a principal mediação do indivíduo moderno com a realidade objetiva e dinâmica. Através do sentido visual, os novos homens acompanham as profundas transformações na ordem espacial, material e psíquica da vida.

A metrópole se ergue, de forma definitiva, como o grande cenáculo da modernidade e em seu proscênio se desenvolvem e se desenrolam as peripécias da vida moderna. O homem cidadão é o artesão, cúmplice e promotor de um estilo de vida radicalmente diferente de seus antecessores históricos. Ser moderno, na visão lúcida e perspicaz do poeta baudelairiano, é ser em essência contingente, fugidio e ambíguo. Ser a outra metade caleidoscópica, instável e efêmera do elemento eterno. Para o homem da época viver a modernidade cidadã é estar arre-



messado em um vórtice intempestivo, em uma realidade em desvario, ambígua e informe, sofrer as vertigens e as metamorfoses peculiares de um tempo veloz em constante distorção e em profunda dispersão. Se o cenário da tragédia moderna é a metrópole, seu tempo não é somente o tempo do relógio fabril, do ritmo metódico, veloz, mecânico e racionalizado das máquinas ou da azáfama das multidões, mas também o tempo do consumo e da lógica do mercado e da moda, do “sempre-igual” marcado pelo registro da obsolescência contínua e pelo ciclo eterno da novidade. Seus templos são a moderna indústria, os escritórios da burocracia e seus *grands magasins* com suas vitrines-altares, povoadas pelos seus ícones e fetiches: a mercadoria estatutária e sacralizada.

Nada parece ter história, passado ou consistência, tudo parece estar na iminência do desvanecimento, do esfacelamento, da perda, da ruptura e da morte. A lógica cultural da vida moderna se ergue cativa dos signos e emblemas da aleatoriedade excessiva e convulsiva, das visadas reticulares rápidas, da ausência total de permanência e contemplação. A outra metade do eterno se volta vingativamente contra sua tradição. Não há mais um eixo fixo no mundo em torno do qual floresça a estabilidade de mitos, valores e crenças profundas. Já para Yeats, como para toda uma larga tradição dentro do pensamento artístico-literário, era preciso denunciar o caráter abissal e desconsolador produzido pelas fortes transformações dos tempos modernos, em que, como o próprio poeta diz, as coisas se fragmentam e o centro se desfaz, deixando a anarquia solta no mundo. O próprio centro das identidades individuais sente o reflexo de uma realidade tornada puro fluxo e aceleração contínua. Desse modo, a identidade de nosso tempo, desde os primeiros momentos, condena seus homens à constante revisão de tudo o que era, outrora, permanente e lento, inclusive a própria reflexão sobre si mesmo, e anuncia uma nova época em que se torna absolutamente necessário ser moderno, como confirmava Rimbaud.

## O ILUSIONISMO FANTÁSTICO DO MUNDO PÚBLICO MODERNO

O século XIX marca historicamente a emergência e consolidação do mundo moderno. Se o século XVIII ficou marcado como o século das Luzes, o século XIX está sob o signo das imagens. O XIX não é o marco apenas do surgimento dos meios de reprodutibilidade técnica, como a fotografia e o cinema, mas também da gênese de uma cultura de imagens e simulacros de consumo.

A modernidade é contemporânea da indústria estética da mercadoria, da construção de um mundo sensorial ilusório e das grandes intervenções arquitetônicas e urbanísticas. O final do século XIX definitivamente nubla as fronteiras, anteriormente nítidas, entre o mundo real e o mundo do artifício. Na acepção benjaminiana as sociedades capitalistas reinstauram o período mítico de um sonho coletivo. Nos limites geográficos das grandes metrópoles desse novo mundo concentram-se uma produção, circulação, consumo e troca de bens, práticas, valores, insígnias e símbolos culturais marcadamente distintos daqueles do tradicional mundo provinciano. Nesse sentido, o modo de vida metropolitano, em seus inúmeros contornos, impõe-se como uma ruptura significativa em relação à vida no mundo tradicional da pequena cidade rural. A cidade moderna está sob a égide absoluta do fluxo, da novidade e da rápida obsolescência capitalista. Esse presente dilacerado pela dinâmica radicalizada do tempo produtivo da máquina, pela fugacidade do novo, aliado ao tempo fremente de homens e coisas, transforma em profundidade a percepção dos sentidos e a imaginação. Como afirma Sevcenko, a velocidade da vida moderna, sentida pela lírica moderna, exprime

“[...] a potencialização da capacidade perceptiva, o adensamento da experiência temporal pelo efeito da aceleração, a interação holística de todos os elementos num conjunto intrincado e indissociável, os limites da contingência, da desconti-

nuidade e imponderabilidade que circunscrevem a condição histórica dos homens” (Sevcenko, 1995, p. 64).

Uma nova dimensão, ampliada e fragmentada, do mundo e de si mesmo emerge através da percepção intensa e contínua dos “novos” sentidos e impressões da realidade externa desse mundo cronométrico, taylorista, impessoal e sistematizado. Frente à iminência do excesso imediato e fugidivo de coisas e valores, o indivíduo precisa selecionar aquilo que é de seu interesse pessoal, descartando ou simplesmente se tornando indiferente a tudo aquilo que não lhe diz respeito, num gesto, pouco heróico, de autoconservação. Frente ao vórtice ensandecido e excessivo de tempos e fatos, o homem se protege com o sólido escudo do comportamento cerebrino, racional e *blasé*. O comportamento público das cidades, em grande parte, passa a se basear em uma ética racional de existência, centrada na precisão e exatidão do cálculo e na ação intelectual e pragmática. A organização racional do dinheiro (Simmel) impregna todas as dimensões da vida e transforma radicalmente a cultura moderna, na sua dimensão pública e social e na esfera psíquica e íntima de seus habitantes.

No *fin de siècle*, a invenção das imagens mecânicas, a preponderância do sentido visual e a rápida percibibilidade das coisas ajudam a interpretar a vida cotidiana da época. O olhar citadino é afetado, conforma-se à velocidade, à multiplicação dos objetos, cenas e imagens e à profusão atordoante de signos, gerando cortes rápidos, seqüências disformes, descentramento, multiplicação e aleatoriedade dos campos e signos visuais. O olhar reage às intensidades imagéticas e aos deslocamentos repentinos através de varreduras reticulares rápidas e reações motoras e físicas, como se estivesse em meio a um panorama em rotação acelerada. O corpo e a mente sentem o fluxo e a saturação que os olhos vêem. Como expressão de sua época, o olhar se inscreve na lógica da superficialidade, ele nada penetra, atua na cobertura fina do verniz aparente e se propaga na mesma

intensidade da luz. Em seu campo visual nada permanece, tudo se desmancha na fugacidade rápida de uma piscadela. Nem o olhar fixa e contempla, nem o objeto cognoscível deixa se apreender. O olhar, como uma potente câmera, registra cada vez com mais rapidez, e armazena em uma memória, cada vez mais diluída, a sobrecarga visual e os apelos efêmeros que fulguram vertiginosamente diante dos olhos dos passantes.

“Se, em Poe, os passantes lançam olhares ainda aparentemente despropositados em todas as direções, os pedestres modernos são obrigados a fazê-lo para se orientar pelos sinais de trânsito. A técnica submeteu, assim, o sistema sensorial a um treinamento de natureza complexa” (Benjamin, 1991, p. 125).

O princípio perceptivo moderno, frente a esse caótico congestionamento de imagens em justaposição imediata, segue o princípio da montagem, baseado em uma percepção da espacialidade de modo superficial, fragmentário e descontínuo (Buck-Morss). Relatos de experiências das primeiras viagens de passageiros nos bondes, automóveis e trens confirmam a teoria segundo a qual o olhar moderno está condenado ao espetáculo de variações e mutações contínuas de cenários e coisas, de luzes e imagens de tons e formas diversas, ao caráter opaco e pulverizado de uma percepção em movimento acelerado. Com o surgimento dos transportes modernos, em particular, o carro, o mundo passa a ser percebido dentro da moldura restrita da janela lateral, do pára-brisa e do retrovisor. Campo de visão reduzido que impossibilita a contemplação, pois o deslocamento rápido altera significativamente a percepção estática e lenta do homem pré-moderno. A visão humana é afetada pela compressão do espaço e pela aceleração do movimento. A aparição múltipla e repentina de novos objetos em um cenário de proliferação de dispositivos óptico-mecânicos promove as intersecções, as saturações e a exaustão do olhar. A cidade se converte em um *clip* de ação, que condena os nervos ópticos a uma



sobrecarga brusca e violenta. Nas metrópoles prepondera o sentido visual sobre todos os demais (Simmel). Os olhos vêm mais em um menor espaço de tempo, afetando radicalmente os modos de ver. Os elementos externos se sobressaem frente à natureza interior das coisas. O carro, o ônibus e o trem afetam nossa forma de ver o mundo e de nos relacionarmos com ele. (Como ilustra Simmel, pela primeira vez, nesse momento, as pessoas são postas frente a frente, por um longo período de tempo, dentro de ônibus e trens, sem trocar uma única palavra.)

A lógica do consumo e da moda estabelece também um novo estatuto para a percepção e para a imaginação no mundo burguês. Segundo Buck-Morss, a modernidade é um domínio que se abre para as práticas do olhar, elevando à décima potência o imaginário dos campos de ação individual. Um novo mundo se inaugura para o olhar: a experimentação de um mundo aberto e cênico, cujos cenários e personagens, em constante superação, desfilam e desaparecem.

“Hé-lá as ruas, hé-lá as praças, hé-la-hó la foule!

Tudo o que passa, tudo o que pára ás montras!  
Comerciantes; vadios; escrocs exageradamente bem-vestidos;  
Membros evidentes de clubes aristocráticos;  
Esquálidas figuras dúbias; chefes de família vagamente felizes

[...]

Tudo o que passa, tudo o que passa e nunca passa!

Presença demasiadamente acentuada das cocotes;

Banalidade interessante (e quem sabe o quê por dentro?)

Das burguesinhas, mãe e filha geralmente,  
Que andam na rua com um fim qualquer,  
A graça feminina e falsa dos pederastas que passam, lentos;

E toda a gente simplesmente elegante que passeia e se mostra

E afinal tem alma lá dentro!

(Ah, como eu desejaria ser o  
souteneur disto tudo!)

[...]

Ó fazendas nas montras! ó manequins! ó últimos figurinos!

Ó artigos inúteis que toda a gente quer comprar!

Olá grandes armazéns com várias seções!

Olá anúncios elétricos que vêm então e desaparecem!

Olá tudo com que hoje se constrói, com que hoje se é diferente de ontem!”

(Álvaro de Campos).

Este espetáculo contínuo não apenas de imagens e signos pululando diante das pupilas de transeuntes apressados, mas também o excesso de sons e ruídos tornam o tipo metropolitano um ser desassossegado, nervoso e ciclotímico. Passento e *blasé*, anônimo e solitário, andarilho sem destino, cheio de “interesse por tudo na vida”, tomado pelo “excesso de expressão das sensações” que penetra sua alma em forma de “sensações confusas”, como declara Álvaro de Campos, o homem citadino, à deriva na multidão das ruas, é como que obrigado a consumir uma profusão incalculável e extenuante de referências, sinais, códigos, recortes visuais de um cenário extremamente abarrotado de expressões e expressionismos. Com o incremento do ritmo de vida e de um conjunto sensorial de imagens mentais, ocorre um maior dispêndio da quantidade de consciência por parte dos indivíduos e um embaralhamento da realidade, recriada em diversos níveis. Com o aumento da vida nervosa e com a complexidade e transitoriedade das experiências subjetivas e interpessoais, a dissociação psicológica torna-se cada vez mais um fenômeno social freqüente. Uma despreziosa caminhada torna-se uma odisséia.

“A atividade muscular de um cidadão que segue calmamente seu caminho um dia inteiro é muito maior do que a de um atleta que sustenta uma vez ao dia um peso enorme, isso foi comprovado fisiologicamente, e é provável também que as pequenas atividades cotidianas, na sua soma social e nessa capacidade de serem somadas, ponham muito mais energia no mundo do que as ações heróicas, sim o heróico parece mi-

núsculo como um grão de areia colocado sobre uma montanha com extraordinária ilusão” (Musil, 1985, p. 12).

As multidões citadinas bombardeiam os sentidos com um excesso de contrações e crispações, estímulos e choques desconexos, aleatórios e atordoantes. A aceleração da velocidade da vida e o acúmulo crescente de impressões nos corredores urbanos neutralizam seu efeito, impossibilitando o homem de atribuir sentido e valor aos conteúdos em exposição. As ruas, fachadas, vitrines e edifícios exigem de todos os habitantes-passantes uma distensão psíquica, uma atitude reflexiva imediata e um

comportamento sensacionista, devido ao alto grau de acuidade perceptiva ao qual todos igualmente estão expostos. Este campo visual expressivo e alargado cria, por sua vez, um terreno fértil de tensões e distensões na alma de seus transeuntes que caminham mergulhados em um permanente e contraditório estado de ansiedade e tensão, distração e onirismo. A absorção de uma infinidade de turbulências, estímulos e sobrecargas visuais e auditivas em justaposição coopera para a distensão psíquica traumática, conformando comportamentos instáveis, personalidades nevróticas e humores ciclotímicos. O corpo reage sintomaticamente ao excesso de



Foto clássica:  
3D Movie Viewers,  
de J.R. Eyerman,  
1952



experimentação sensacionista e aos efeitos traumáticos desta superexposição perceptiva: pressão sangüínea alterada, dores de cabeça, ansiedade nervosa, contrações e dores musculares, pulsação elevada, fadiga e *stress*.

“[...] Se pudessem medir esses saltos da atenção, a atividade dos músculos dos olhos, os movimentos pendulares da alma e todos os esforços que um ser humano precisa executar para se manter em pé na torrente de uma rua, resultaria presumivelmente [...] uma grandeza comparada à qual a força de Atlas necessita para sustentar o mundo é insignificante e poder-se-ia avaliar que gigantesca façanha realiza hoje em dia uma pessoa que não faz coisa alguma” (Musil, 1985, p. 12).

Não é somente a vertigem dos sentidos, mas também as encenações da vida privada que colonizam as passarelas públicas. No espaço aberto e cheio de luz da vida nas cidades, assiste-se gratuitamente ao entrelaçamento amoroso. Como material da arquitetura novecentista, o vidro, translúcido e brilhante, seduz, reflete e expõe tudo e todos. Nos bulevares, igualmente, o amor e o sentimento são tornados espetáculos públicos. Outrora privadas, as encenações e peripécias amorosas invadem os bancos das praças, os bulevares, os locais de encontro e de circulação pública. As ruas se transformam em uma imensa tela de um cinematógrafo. Espetáculo de luzes, cores e sentidos; cenas amorosas, encontros e fletes rápidos. A vida pública das ruas igualmente se estabelece enquanto cenáculos do olhar despropositado e veloz, *locus* das estranhezas ocasionais do cruzamento casual de olhares esquivos. O olhar amoroso padece assim de um mal congênito da modernidade: na profusão multitudinária das ruas o olhar jamais perdura, ele se desprende e se perde e o poeta apaixonado apenas retém o instantâneo no momento de um encontro de olhares. No quadro vivo do frêmito urbano, sua musa desaparece com a mesma intensidade repentina com que surge. Seu olhar é uma promessa irrealizável. A

multidão que atira a musa aos olhares próximos e apaixonados do poeta é a mesma que furtivamente o trai, retirando-a em seguida de cena.

“A rua em torno era um frenético alarido. Toda de luto, alta e sutil, dor majestosa, Uma mulher passou, com sua mão suntuosa Erguendo e sacudindo a barra do vestido.

Pernas de estátua, era-lhe a imagem nobre e fina.

Qual bizarro basbaque, afoito eu lhe bebia No olhar, céu lívido onde aflora a ventania, A doçura que envolve e o prazer que assassina.

Que luz... e a noite após! – Efêmera beldade Cujos olhos me fazem nascer outra vez, Não mais hei de te ver senão na eternidade?

Longe daqui! tarde demais! nunca talvez! Pois de ti já me fui, de mim tu já fugiste, Tu que eu teria armado, ó tu que bem o viste!”

Na rua em frêmito, o poeta baudelairiano acompanha o (des)aparecimento da sua musa de negro. E de uma breve troca de olhares, nasce dentro da alma do poeta o sentimento de amor (1). Na sua memória, registra ainda a imagem concisa de sua passagem. Sua aparição, fulgurante e mágica, contém em si o signo da impossibilidade. Tão próxima, porém tão efêmera. Espacialmente, a geografia das cidades aproxima; temporalmente, a dinâmica da vida os separa. A inacessibilidade ou a impossibilidade do encontro de corpos e almas e da completude amorosa entre seres enamorados é marcada pelo emblema perverso do tempo burguês. Evocando sua beleza e decantando sua inebriante sedução, o poeta se ressentido de sua perda. Trajando luto, a própria musa de negro parece anunciar o fenecimento de tudo aquilo que antes perdurava e permanecia. O objeto amoroso do poeta romântico na cidade moderna obedece à lei ingrata da efemeridade, da fuga, do desencontro e da fatalidade da perda. Nada perdura, tudo se desintegra diante da rapidez das horas. Os versos fi-

I Em alguns pequenos poemas em prosa de Baudelaire, o encontro fortuito de olhares de tipos estranhos e diferenciados pulula na metrópole. “Os Olhos dos Pobres” e “O Brinquedo do Pobre” são dois ótimos exemplos. No primeiro um encontro casual de ricos e pobres, ostentação e riqueza com a miséria e o pauperismo, realizado pela visibilidade e pela transparência de olhares, vidros e intimidades. O olhar de uma pequena família de pobres, o pai e dois filhos menores, que através do vidro, do lado de fora de um elegante e luxuoso café, espireitam encantados a beleza e a riqueza do local, encontrando o olhar de um burguês envergonhado que atravessa com seu olhar os copos e garrafas de sua mesa, maiores que sua sede. Só a alma não é passível de ser penetrada pelo olhar. Julgando conhecer aquela que ama, através de um mergulho em sua alma pela janela de seus olhos, o poeta se engana e, como anuncia, agora ele a odeia. No segundo conto pobres e ricos se encontram novamente. De um lado o pequeno príncipe burguês no jardim de seu castelo com seu inútil brinquedinho de luxo, do outro um menino das ruas, farrapilho e magro, com seu ratinho vivo na gaiola. Presente simples retirado da natureza, objeto de inveja e imagem agonizante da própria situação do menino rico em seu palácio. No encontro nenhum gesto ou palavra, som ou ruído, somente o silêncio do olhar. Novamente o olhar cruza uma divisão: desta vez um portão de ferro alto e imponente que divide os dois mundos que apenas se especulam e se espiam pelas transparências do vidro ou do ferro. Curiosa e ironicamente, os dois novos elementos característicos da arquitetura moderna das cidades.

nais lamentam a solidão do poeta frente aos vórtices e intempéries do novo mundo. O amor baudelairiano neste poema retrata o quadro moderno do (des)encontro primeiro. Tudo o que emerge parece estar fadado à fatalidade do desaparecimento imediato. Ela surge mais como uma súbita impressão, um choque que o aturde. A multidão é aqui mais que uma expressão de um fluxo de impressões ou de um conjunto sensorial de imagens; mas o lugar do amor fugidivo, da perda do objeto romântico.

Na cidade os transeuntes não se atraem, o espaço urbano é o movimento contínuo, a proximidade física quase que promíscua de corpos que se esbarram em espaços exíguos de calçadas tumultuosas é, ao mesmo tempo, a promessa anunciada de distanciamento, de deslocamento rápido, de olhares que não se cruzam, de almas que não se entregam. Nesse sentido, a cidade afasta, distancia, desloca e isola. Seu espaço é o da *descontinuidade*, da *despertença*, *desintegração* e do *desencontro*. O ritmo nervoso da metrópole atormenta e afasta seus habitantes. A multidão em desvario, indiferente ao destino de todos os demais, acelera o passo para não tardar no seu compromisso fúnebre e solene com a instantaneidade das horas dos escritórios e fábricas. Alguns segundos e já é tarde demais. O amor à primeira vista, nesse sentido, na leitura baudelairiana de Benjamin, confunde-se com o amor à última vista. Decantar a musa que emerge é também uma elegia ao seu desaparecimento imediato. O reencontro amoroso nunca se faz. No mundo secular e terreno da vida moderna o amor é marcado pela quase impossibilidade. Amor platônico, cujo interdito é o movimento, a indiferenciação, o ritmo impulsivo e pulsante da vida. Não há *durée*, permanência, encontro, apenas passagens rápidas e disrítmias na correnteza caótica e abrupta de homens e coisas. O amor do poeta baudelairiano é apenas mais um espetáculo sensorial descontínuo. A completude amorosa do homem, uma quimera poética em desuso e decadência. A cidade torna-se, nesse sentido, refratária ao encontro amoroso, ao encontro longo e duradouro

de um olhar entre almas em contemplação profunda (2). Como a *femme fatale* fulgurante dos “Quadros Parisienses”, a cidade embriaga e extasia, enquanto, ambigualmente, consome e assassina através das horas celeradas. O próprio Simmel, nesse aspecto, concorda com a perspectiva de Baudelaire:

“[...] *In reality itself things do not last for any length of time: through the restlessness with which they offer themselves at any moment [...], every form becomes immediately dissolved in the very moment when it emerges; it lives, as it were, only by being destroyed; every consolidation of form into lasting objects – no matter how short they last is an incomplete interpretation that is unable to follow the motion of reality at its own pace*” (Simmel, 1978).

A multidão anônima de homens no burburinho citadino é impelida pelo ímpeto do ritmo produtivo e pela ansiedade que todo homem carrega em seu semblante como traço de sua época. Essas ondas humanas movimentam-se apressadas como as esteiras e êmbolos das máquinas produtivas das fábricas. Como o “Angelus Novus” de Paul Klee, analisado por Benjamin, essa massa afoita das multidões é empurrada para frente pelas tempestades e ventos fortes do mundo do progresso. Nos seus olhos, a pressa, a indiferença, a solidão e o amedrontamento. O olhar humano ganha um senso de percepção de extensibilidade infinita. Nunca o homem tinha visto, enxergado e observado tantas coisas em tão curto espaço de tempo. O mundo moderno se revela visível, transparente e excessivo. Entretanto, a velocidade da vida ansiosa das cidades, paradoxalmente, torna opacos e obscuros os contornos e formas. A velocidade e o excesso em aceleração achatam, comprimem e descaracterizam a percepção visual humana das coisas, cenários e rostos. Os olhares sequer penetram as dobras e detalhes das fachadas. Permanecem voltados para o vazio e para seus interesses particulares, imediatos e especulativos. No ritmo febril de empurrões, solavancos e

2 Afoito, como bem diz o poeta, embriaga-se pela aparição fantasmática e fugaz de sua “*femme en grand deuil*”. A musa que fulgura em um instante vertiginoso em meio à multidão talvez possa representar a efígie da cidade, seu emblema e seu destino – a sua própria alma. A literatura do século XIX é pródiga em relatos em que a cidade aparece sob o emblema ambíguo de uma dupla face em oposição. De um lado ela é representação da sedução e do prazer, da beleza e do encantamento da mudança da diferenciação e da vida livre; por outro lado ela encarna o perigo, o medo, a traição, a solidão e a morte. A mulher que passa em fuga insidiosamente seduz com seu gesto encantatório e sensual, “erguendo e sacudindo a barra do vestido”, nesse instante, o poeta embevecido pela sua beleza e sedução capitula ao vórtice intempetivo de seu olhar. “No olhar, céu lindo onde aflora a ventania.” Não há mediações, apenas ambigüidades entre os opostos imediatos da duração e da estabilidade de um céu lindo em justaposição com a tempestuosidade, uma “ventania” que a tudo consome e desloca, desorganiza e destrói. Da placidez à revolta. Da permanência ao deslocamento brusco. Da “luz” à “noite após”. Novamente o negro, o luto, a morte. Novamente a ausência, o deslocamento e a perda. A cidade remete, assim, a uma idéia de efemeridade, típica da *modernité* baudelairiana. O que caracteriza o moderno, apesar de sua metade eterna, é seu outro lado evanescente e fugidivo, marcado pelas descontinuidades e pela fragmentação. A eternidade é um nunca, uma impossibilidade frente à ditadura da aceleração.



esbarrões dos centros urbanos ninguém lembra ou sequer se preocupa em lançar um sorriso espontâneo e incondicional ou uma mera troca amistosa de olhares.

“[...] essas pessoas cruzam-se apressadas como se nada tivessem em comum, nada a realizar juntas, e a única convenção que existe entre elas é o acordo tácito pelo qual cada um ocupa a sua direita no passeio, a fim de que as duas correntes da multidão que se cruzam não se constituam mutuamente obstáculo; e, contudo, não vem ao espírito de ninguém a idéia de conceder ao outro um olhar sequer” (Engels, 1986, p. 36).

A vida pública constitui um cenário único, onde uma massa informe de homens se aglomera nas ruas, ameaçando a caracterização pessoal, gerando insegurança e temor, solidão, aturdimento e confusões psíquicas.

“Gogol escreve por ocasião de uma feira na Ucrânia: ‘Era tanta gente a caminho que tudo dançava à minha frente’. Talvez a visão diária de uma multidão em movimento representasse, alguma vez, um espetáculo ao qual os olhos devessem primeiro se adaptar. Se admitíssemos essa hipótese, então não seria impossível supor que aos olhos teriam sido bem-vindas oportunidades de, uma vez dominada a tarefa, ratificarem a posse de suas novas faculdades. A técnica da pintura impressionista de captar a imagem no tumulto das manchas de tinta seria, então, reflexo das experiências tornadas familiares aos olhos do habitante das grandes cidades. Um quadro como a Catedral de Chartres, de Monet, que parece um formigueiro de pedras, poderia ilustrar essa suposição” (Benjamin, 1991, p. 123).

O olhar das belas-artes do século XIX é testemunha desta inflexão da percepção visual da modernidade. O ritmo dinâmico e errante da vida moderna é sentido na expressão artística de seus homens. Monet era signatário dessa vivência marcada pelo movimento do choque contínuo e da inervação dos reflexos. Seus quadros retratam a própria rapidez do mundo. Ele próprio afirma-

va que antes se via o mundo à velocidade dos pássaros e que naquela época já havia se tornado comum ver o mundo à velocidade do tempo a vapor. A arte representa a própria rapidez do mundo, que condiciona a vivência. O naturalismo impressionista capta e incorpora nas telas a percepção da imagem do objeto visto pelo olhar, não como ele se apresenta na estabilidade do mundo, mas como objeto em movimento. Assim, a representação moderna é cada vez menos uma imagem centrada e fixa do objeto, tornando-se uma busca de apreensão da instantaneidade e da forma em movimento. Um desafio e uma equiparação com o olhar mecânico das lentes fotográficas. A arte impressionista, por exemplo, representa uma reflexão rápida de cores, luzes e formas reconhecidas pelo olhar e transmitidas por pinceladas velozes e leves, mais abertas e menos ordenadas na superfície das telas. O olhar das telas impressionistas condena a exatidão e o contorno nítido das formas, em nome da percepção abstrata, fremente e despreocupada da realidade. O que o olhar anseia captar não é o aspecto estático das coisas, mas o registro e as imagens ressaltando a luminosidade, o colorido e a intensidade, retratando o cotidiano da vida pública e aberta, seus instantâneos e a dramaticidade momentânea do que não tem permanência. O que se “eterniza” é o fortuito, a impressão da casualidade contínua de fatos e coisas. O que se pereniza é o movimento da renovação ininterrupta impassível de dominação, domesticação ou permanência para o olhar nu e espontâneo (3). A arte moderna é contemporânea às experiências psíquicas de uma realidade social abalada por constantes e repentinas ebulições de formas e motivos – sentidas subjetivamente como registros imediatos em forma de intensos choques nervosos.

## A FLÂNERIE DOS ANDARILHOS URBANOS E OS JOGOS CÊNICOS DAS IDENTIDADES

O ritmo de vida da cidade é marcado pela circulação frenética das ruas: sínco- pes repentinas, movimentos descontínuos,

3 As gerações artísticas sucedê-neas ao impressionismo, a arte nova e do expressionismo não mais reproduzem imagens perceptivas, mas o conteúdo irracional, as sensações, os estados de alma ou os estados psíquicos; baseiam-se, muitas vezes, em traços da memória, lembranças que se conservam e que configuram o essencial do modelo sentido emocional e subjetivo (Van Gogh), ou, então, são esvaziadas de detalhes e ornamentos, realçando a visão impactante do conjunto (Gauguin). No futurismo italiano de Giacomo Balla e de Umberto Boccioni decantase o valor absoluto da fragmentação da velocidade. As formas são reduzidas à expressão do dinamismo de um olhar em fluxo vertiginoso. A velocidade das máquinas e dos deslocamentos reticulares rápidos.

bruscos e ininterruptos, olhares celerados, deslocamentos irrefreáveis e encontros fortuitos. Condicionada pelo ritmo de desenvolvimento das forças produtivas e do trabalho mecânico e cronométrico das máquinas, rodas e êmbolos, a vida é contada em segundos. O tempo, na realidade da vida social e da vida interna da psique, parece cada vez se reduzir mais aos décimos e centésimos do imediato. No cenário da vida cotidiana, marcada por espasmos, choques e estímulos descontínuos, o tempo presente não é mais uma totalidade, mas uma justaposição de *flashes* imediatos. Esfacela-se em inúmeras partículas de instantes de presentes menores e imediatos, tornando-se uma excessiva e vertiginosa passagem de impressões, informações, abundância de referências e fatos banalizados – o *ethos* distintivo da sensibilidade metropolitana. Ser disforme, superficial e veloz. A característica central da cultura e da identidade da cidade moderna é a justaposição de conteúdos plurais e uma turbulenta atmosfera de repentinas transformações. A cultura urbana é povoada por tipos psicológicos marcados pelo mesmo caráter cindido e fragmentário de seu tempo. A identidade do homem moderno se constrói por entre os escombros do presente, da miríade infinda de imagens e registros, tipos, estilos e perfis urbanos. As alteridades são múltiplas, contrastivas, contingentes e em constante recomposição. Na cidade, as imagens especulares do outro assemelham-se a um caleidoscópio em rotação. As identidades pessoais dos indivíduos são moldadas ao sabor de um complexo jogo de espelhos de uma época carente de estilo (Simmel).

As metrópoles modernas, na visão benjaminiana, são verdadeiros espaços de alegorias. Cidade-luz, apagando a densa escuridão da noite medieval, com suas lanternas a gás, a eletricidade e, posteriormente, o neon. Cidade-vitrine, emoldurada em vidro e ferro, com seus bulevares, parques, jardins de inverno, galerias, lojas de departamentos, luxuosos cafés, teatros, museus, galerias de arte e monumentos. Cidade-velocidade com suas estações ferroviárias, *gares*, fiacres, automóveis, sinais, trânsito

e pedestres. Cidade-panorama, com seus “diapositivos”, “claros e brilhantes, aquários do exotismo e do passado [...] familiares de todas as alamedas e passeios da moda” (Benjamin), locais em que era hábito “viajar em círculo” em meio a uma sala vazia e plena de espectros em rotação, imagens após imagens saltando bruscamente nas sessões cinemáticas: cidade de máquinas, dioramas, estereoscópios, quinetoscópios e cinematógrafos, celulóides e espectadores sensíveis. Cidade-passarela, em que a excentricidade, o dandismo e os estilos de vida diferenciados pela divisão profissional sugerem o capricho, o esmero detalhista, a diferenciação e a estetização das aparências, gostos e refinamentos – sinais de distinção e *status* na vida pública à vista dos olhares curiosos dos fisiologistas ou pelos olhares anônimos de diletantistas classificadores. Cidade-espetáculo colada à cidade maior, a cidade-máquina, com seu industrialismo, seu exército de homens-autômatos em uniformes cinzas combinando com o tom preponderante de suas chaminés, sua fuligem, suas caldeiras e suas cinzas. Os grandes centros, *habitat* da classe burguesa, transformam-se, apesar de seus contrapontos profundos, em centros de brilho, lazer e cultura. Os *pubs* e cafés, teatros e museus, espetáculos esportivos e festas, parques e *boulevards*, lojas de departamentos, galerias e exposições mundiais são locais que atraem centenas de milhares de pessoas que passeiam fascinadas, disputando um lugar em frente às vitrines, nos teatros e nas sessões de cinema, lotando os quiosques e os cafés com suas cadeiras e mesas nas calçadas. Nesse cenário impressionista do fim de século, as capitais tornam-se verdadeiros centros profissionais, espaços de lazer e de cultura, assim como elegantes mercados de consumo. O lazer e o consumo diversificado das metrópoles, para as classes médias emergentes, transformam o espaço público das ruas. A rede de transportes públicos, que se amplia e diversifica, permite, por sua vez, a locomoção para os mais diversos pontos. A luz elétrica, a urbanização e o saneamento público proporcionam um incremento iné-

dito do espaço público. À noite, boêmios, intelectuais, artistas e poetas, encantados pelo espetáculo de luzes e sons, imiscuem-se nos abismos sedutores da *mondanité* da metrópole. A vida artística das cidades com a chegada dos pequenos burgueses provincianos, novos artistas e um círculo crescente de jovens burgueses recém-formados nas faculdades se consolida. Apesar da uniformidade aparente dos homens das multidões decantados por Poe, a diferenciação profissional e a distinção pessoal transformam as ruas em passarelas de tipos os mais variados, com seus detalhes e peculiaridades visuais. Nas mesmas calçadas, misturam-se artistas decadentes e criminosos astutos, homens de negócio e miseráveis, que habitam os quintais das fábricas, decadentes prostitutas e *flâneurs*. A grande cidade, apesar do drama assolador da exploração, das neurasterias e dos miasmas da “massa tumerosa” de trabalhadores miseráveis, é, simultaneamente, uma seara sedutora com uma vida social performática, ativa e variada, uma tela fantasmagórica de aparições e intensidades (4).

A arquitetura visual da cidade se expande e se abre. A prática da *flânerie* torna-se um exercício de percepção de novos espetáculos. Na cidade, não é necessário sentir ou tocar, acima de todos os sentidos é imprescindível ver, perceber, aparentar, sugerir através dos olhos. Tudo parece visível e aparente, aberto e transparente: um espetáculo cênico. Os *cafés* com sua frente de vidro, suas cadeiras e mesas na calçada, os *affiches* e propagandas, os jornais ilustrados, as capas fulgurantes de revistas de moda, os panoramas, a fotografia e o novíssimo cinema: todas invenções das modernas técnicas de reprodução das imagens. A visão ampla e aberta, onírica e verticalizada mostra as diferentes e diversas formas e linhas do mundo. O *flâneur* novecentista das capitais – “o amoroso da vida universal” e dos espetáculos públicos – faz da cidade aberta sua morada, das ruas seu abrigo e da vida andarilha seu destino no mundo. Para Baudelaire, ele é um “ca-leidoscópio dotado de consciência”, um mutante que ainda mantém heroicamente

sua identidade em meio a *badauds* indiferenciados. A figura do *flâneur* pode ser descrita pela metáfora do grande espelho, refletindo e confundindo, com seu espírito aberto e independente, dissimulador e artístico, sua identidade individuada no iriado leque de alteridades que povoam o espaço das ruas. Seu olhar é panóptico e contemplativo, aberto e ondulante e a cidade é espetáculo, miríade de vertigens contínuas, um “imenso reservatório de eletricidade” em que o *flâneur* mergulha deliberadamente.

“A rua se torna moradia para o *flâneur*, que, entre as fachadas dos prédios, sente-se em casa como o burguês entre suas quatro paredes. Para ele, as reluzentes placas esmaltadas das firmas são uma decoração tão boa ou melhor que a pintura a óleo no salão do burguês; muros são a escrivania onde apóia seu caderno de notas; bancas de jornal são suas bibliotecas, e os terraços dos cafés, as sacadas de onde, após o trabalho, ele contempla sua esfera doméstica” (Benjamin, 1991, p. 36).

Descansando aos pés de campanários esquecidos, sob a visão da fábrica “em azáfama engolfada”, ele vislumbra as “torres e chaminés, os mastros da cidade, e os vastos céus a recordar a eternidade”. Sonhando em frente às montras de tipos humanos das ruas urbanas ou embriagado perante o espetáculo alucinante de brilho, beleza, cores, feitiço e sedução das vitrines das galerias e lojas de mercadorias, o *flâneur* caminha à deriva, em ciclos intermináveis, durante longos dias e noites pela cidade, na mais deliciosa deriva – para ele a cidade moderna é a realização do sonho do labirinto. Ele não pode parar, pois esse é o instinto de sua vida. E ele anda cada vez menos com os pés e mais com os olhos. Ele vê, observa, registra, sente e interpreta através do olhar insidioso e detetivesco de um *voyeur* dos macadames.

“Um homem que passeia não se devia preocupar com os riscos que corre, ou com as regras de uma cidade. Se uma idéia diver-

4 As gravuras de Doré ilustram as ruas com sua multidão de pobres e trabalhadores, os quadros impressionistas de Renoir, Monet, Pissarro, Toulouse-Lautrec e Manet delineiam a burguesia extasiada nos *boulevards*, praças, teatros e festas de Paris. Dois cenários que coexistem na cidade moderna. A pintura impressionista representa, com as cores das suas paletas sobre as telas, o mundo de luzes, matizes e entusiasmos febris das cidades. Seus quadros aludem aos temas do cotidiano das praças e esquinas. Pinta-se ao ar livre, captando os flagrantes e os imediatismos. Através de manchas justapostas, impressões do cotidiano cheias de luz, cor, volume e expressão, esses pintores elegem as diversões e lazeres de burgueses em situações prosaicas. O pano de fundo é o novo mundo público da cidade novecentista.



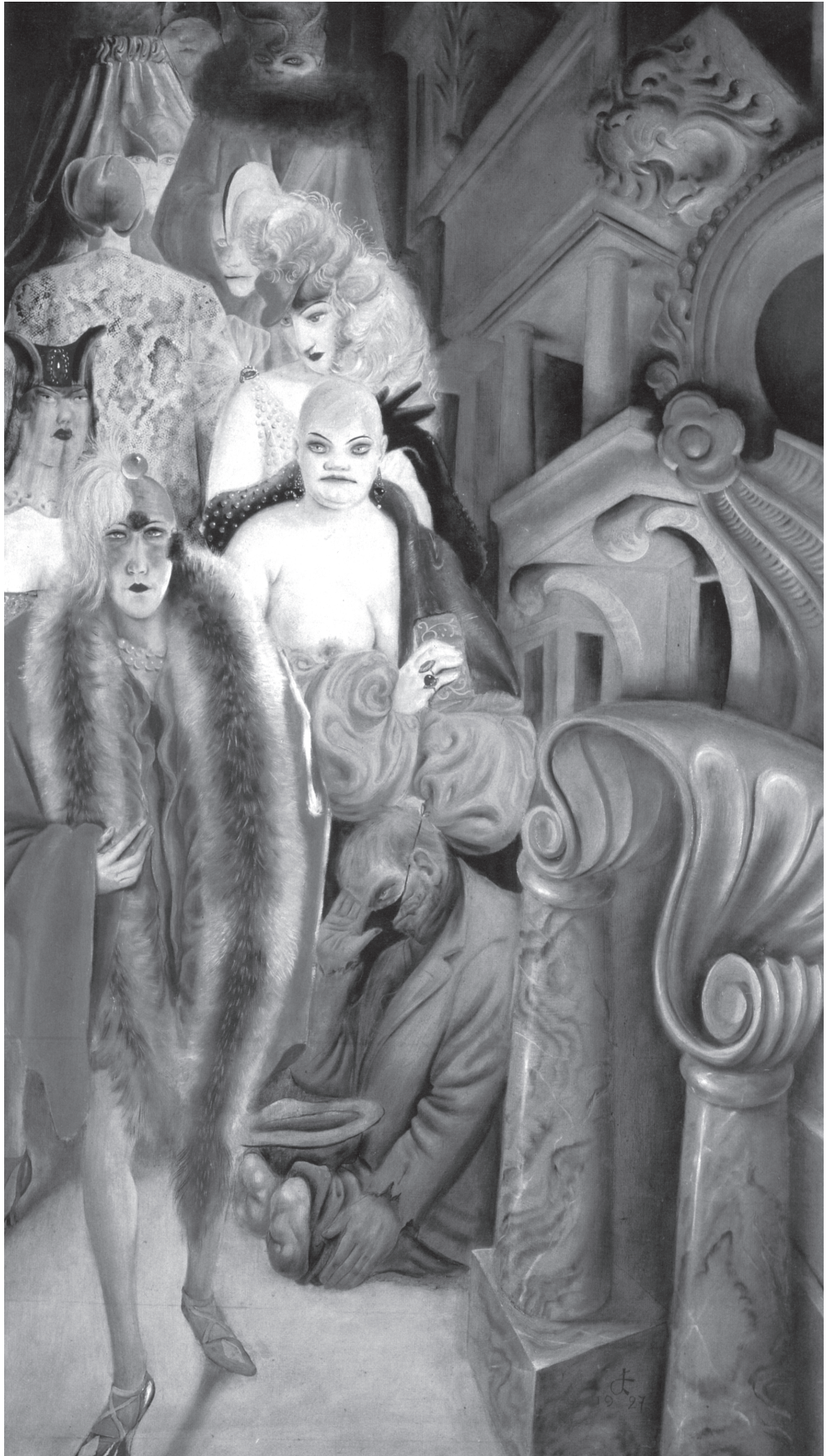
tida lhe vem à mente, se uma loja curiosa se oferece à sua visão, é natural que, sem ter de afrontar perigos tais como nossos avós nem mesmo puderam supor, ele queira atravessar a via. Ora, hoje ele não pode fazê-lo sem tomar mil precauções, sem interrogar o horizonte, sem pedir conselho à delegacia de polícia, sem se misturar a uma turba aturdida e acotovelada, cujo caminho será traçado de antemão por pedaços de metal brilhante. Se ele tenta juntar os pensamentos fantásticos que lhe ocorrem, e que as visões da rua devem excitar, é ensurdecido pelas buzinas, entontecido pelos alto-falantes... desmoralizado pelos trechos dos diálogos, dos informes políticos e do jazz que se insinuam pelas janelas. Outrora seus irmãos, os *badauds*, que caminhavam docemente nas calçadas e paravam um pouco em toda parte, davam à vaga humana uma doçura e uma tranquilidade que ela perdeu. Agora, ela é uma torrente, onde somos rolados, acotovelados, empurrados, levados para um lado e para o outro”, Edmond Jaloux, *Le Dernier Flâneur* (Benjamin, 1991, p. 210).

Em *O Homem da Multidão*, Edgar Allan Poe expõe aos olhos do leitor da época toda uma profusão de códigos, maneirismos, expressões, estilos e peculiaridades típicas da cultura do transeunte citadino. A cidade de Poe é um *habitat* incomensurável de tipos e comportamentos individuais, classistas e categóricos. Em silêncio, o poeta percebe e descreve a infinidade de homens que passam, inclusive os anônimos e enigmáticos homens da multidão dos fins de tarde outonais.

“[...] Era uma das artérias principais da cidade e regurgitara de gente durante o dia todo. Mas, ao aproximar-se o anoitecer, a multidão engrossou e quando as lâmpadas se acenderam, duas densas e contínuas ondas de passantes desfilavam pela porta. Naquele momento particular do entardecer, eu nunca me encontrara em situação similar e, por isso, o mar tumultuoso de cabeças humanas enchia-me de uma emoção deliciosamente inédita. Desisti finalmente de

prestar atenção ao que se passava dentro do hotel e absorvi-me na contemplação da cena exterior. De início, minha observação assumiu um feitiço abstrato e generalizante. Olhava os transeuntes em massa e os encarava sob o aspecto de suas relações gregárias. Logo, no entanto, descí aos pormenores e comecei a observar, com minucioso interesse, as inúmeras variedades de figura, traje, ar, porte, semblante e expressão fisionômica [...] além destes todos, carregadores de anúncios, moços de frete, varredores, tocadores de realejo, domadores de macacos ensinados, cantores de rua, camelôs, artesãos esfarrapados e trabalhadores exaustos, das mais variadas espécies – tudo isso cheio de bulha e desordenada vivacidade, ferindo-nos discordantemente os ouvidos e provocando-nos uma sensação dolorida nos olhos. [...] Os fantásticos efeitos de luz levaram-me ao exame das faces individuais e, embora a rapidez com que o mundo iluminado desfilava diante da janela me proibisse lançar mais que uma olhada furtiva a cada rosto, parecia-me, não obstante, que, no meu peculiar estado de espírito, podia eu ler freqüentemente, mesmo no breve intervalo de um olhar, a história de longos anos” (Poe, 1985, p. 241).

Impulsionadas pela ânsia irrefreável do progresso econômico e tecnológico, as capitais sofrem intervenções e renovações urbanísticas e arquitetônicas que configuram o novo espaço moderno: aberto, amplo, fragmentado, sem comprometimento histórico ou identitário com sua cultura ou seu povo. Demolições, ferrovias, perspectivas urbanas modernas, embelezamento: sonho de transformação e expansão do espaço urbano com largas avenidas, onde automóveis fomentam o ideal da velocidade técnica e reafirmam o projeto redentor do progresso científico. A vida pública se transforma em um silencioso, visível e ampliado espaço privado de experimentações. Em um mundo desprovido de aura, tudo é passível de ser visto de perto, registrado, multiplicado ou reproduzido. As cenas íntimas individuais se oferecem gratuitamente aos olhares no cotidiano taciturno da vida pú-



*The Big City,*  
de Otto Dix,  
1927-28

blica, em cujo centro gravitam indivíduos atomizados.

“Os espectadores se tornam *voyeurs*. Movimentam-se em silêncio na proteção que os isola uns dos outros, desafogando-se através da fantasia e do devaneio, observando a vida passar pelas ruas. E aqui se encontra em germe a cena moderna da visibilidade em público, apesar do isolamento interpessoal” (Sennett, 1993, p. 264).

Anônimos e estranhos entre si, os habitantes da grande cidade são convidados ao cultivo e à autonomização de seus projetos e interesses, gostos, estilos e certas idiossincrasias pessoais. A condição individual moderna da originalidade e da autenticidade (Simmel) é buscada com maior intensidade no mercado das aparências. As identidades pessoais se confirmam no jogo especular lúdico das ruas. A valorização da classificação, o reconhecimento e a distinção pessoal segundo os critérios da representação visual e da aparência é uma das pistas fundamentais para comprovação da importância da imagem nas sociedades modernas.

“Na modelagem das identidades dessa sociedade que se tornava progressivamente urbana, a transcrição das experiências do olhar, que se descreve, analisa, divide e agrupa tudo o que vê pelos sinais aparentes, forma um campo de noções que proporcionava instrumentos úteis para uma atividade dos sentidos, que se deve amar para conviver cotidianamente com o que os contemporâneos denominam modernidade. [...] Os observadores dessa forma de viver por eles denominadas nova lançam-se pelas ruas anotando os gestos automáticos e as reações instintivas provocadas por um poder invisível que a tudo regulava. O tempo da produção, circulação e consumo das mercadorias tornava-se o Deus irascível e onipotente dessa sociedade” (Bresciani, 1995, p. 13).

As relações de interdependência, os contatos no mercado ou as situações de sociabilidade cotidiana são traçados na opacidade

de um domínio de estrangeiros. Desconhecidos quanto às origens ou histórias pessoais de vida, os indivíduos citadinos se encontram, articulam seus negócios, praticam suas trocas, relacionam-se e interagem pessoalmente. A biografia particular de cada um está constantemente encoberta. Nas ruas, apenas símbolos aparentes, superficiais e exteriores, os “emblemas da alma”, são passíveis de serem conhecidos. Os contatos se intensificam em número, porém se enfraquecem qualitativamente, tornam-se impessoais, ritualizados e distantes, quando não hostis. O gosto particular e a cultura dos detalhes fortalecem-se nas ruas. As diferenças honoríficas alojam-se, sobretudo, nas roupas e acessórios, nos gestos e nos locais de encontro e convívio, nos horários de circulação e no ritmo do caminhar. A procura obsessiva pela percepção visual é um instrumento de sobrevivência e distinção contra a grande sombra das relações sociais (Sennett).

Na rua moderna, os mais variados tipos são arremessados uns contra os outros nas calçadas disputadas; um número volumoso de indivíduos que se reconhecem pura e tão-somente por suas práticas e por seus símbolos. As liberdades individuais, a agudeza de estilos e a proliferação de detalhes e variações são fortalecidas. A expansão das liberdades e projetos individuais desenha um quadro de estetização da vida e estilização do indivíduo, em que as expressividades e peripécias teatrais atribuem sentido às ações individuais. O espaço aberto das ruas, desse modo, transforma-se em uma imensa passarela, em que não apenas *dandies* excêntricos desfilam, mas principalmente indivíduos anônimos, açodados e silenciosos, movidos pelo intuito de serem percebidos a distância. A aproximação e o diálogo não fazem parte das *mise-en-scènes*. O olhar se incumbem de aproximar e afastar as pessoas. Visadas reticulares, olhares esquivos, coqueterias e flertes; semblantes frios, olhares, detetivescos e distantes constituem as marcas registradas da percepção cidadina. O voyeurismo e o exibicionismo se fixam como fundamento central do estatuto da sociabilidade urbana.



*“L’image surréelle des miroirs accrochés reflète les contradictions extrêmes de la visibilité et de l’anonymat du citoyen. Le narcissisme extraordinaire et l’absorption en soi-même font contraste avec l’Einführung qui se projette sans aucune distanciation dans chaque chose et chaque être. Le citoyen est constamment distrait par des stimulus extérieurs jamais consciemment assimilés et continuellement en contact serré avec une foule de gens dont il ne connaît jamais les noms. Cela mène à cette solitude particulière à la grande ville moderne. [...] A la différence des premiers bourgeois [...] l’habitant de la ville moderne ne jouit pas du luxe de la ‘vita contemplativa’ au cours de ses promenades en solitaire, l’espace public n’est pas non plus un endroit propice au dialogue”* (Buck-Morss, 1991, p. 390).

No silêncio interpessoal, a diferença firma-se como “a própria base da existência social”. A personalidade pauta-se pela peculiaridade, diferença e instabilidade em cada indivíduo (Sennett). Desse modo, as aparências expressas pelo comportamento, pelo vestuário, pelos detalhes erigem-se como a transcrição literal da natureza interna da personalidade. A aparência traduz a essência pessoal e intransferível de cada um, e revela, concomitantemente, os sentimentos secretos e enigmáticos da psique individual. Buck-Morss cita uma passagem de Benjamin na qual ele expressa a experiência “sensacionista” vivida por ele próprio na “alienação urbana” das multidões.

*“La personne qui erre dans les rues pendant longtemps, sans but, se sent intoxiquée. Le fait d’aller de l’avant gagne en puissance à chaque pas. Plus l’attraction des magasins, bistrots, femmes souriantes diminue, plus le magnétisme du prochain coin de rue est irrésistible. Puis vient la faim. Il ne veut rien savoir des centaines de possibilités de l’apaiser. Tel un animal ascétique, il parcourt des quartiers inconnus jusqu’à sa chambre, qui lui est étrangère et l’accueille froidement, où il*

*s’effondre vaincu par la fatigue la plus profonde”* (Buck-Morss, 1991, p. 391).

O caráter peculiar da vida cotidiana no mundo moderno é caracterizado como bem afirma Lasch (1979) pela experiência da produção constante de imagens, de uma sociabilidade de espectadores, malabarismos e *performances* públicas. Para ele a fotografia e os modernos meios de reprodução das imagens criam um cenário novo: transcrevem e alteram o estatuto das experiências da vida moderna de seus homens. O mundo torna-se uma “enorme câmera de eco”, “um *hall* de espelhos”, “uma sucessão de imagens e impressões”. A sociabilidade moderna é mediada pelas imagens e pelos seus meios de reprodução ao ponto que “[...] *we cannot help responding to others as if their actions, and our own, were being recorded and simultaneously transmitted to an unseen audience or stored upon for close scrutiny at some other time*” (Lasch, p. 47).

Se o imaginário da cidade moderna nasce inspirado pelo espetáculo da obsolescência, pelo ritmo alucinante de suas ruas, pelo ilusionismo de suas vitrines, ele também testemunha a emergência de um cenário inédito de profusão de estilos diferenciados e paradoxais. Como fruto do arrefecimento da coesão moral-social e da coletividade orgânica de crenças e valores compartilhados, os indivíduos gozam de um maior senso de liberdade. A segmentação profissional urbana coopera, também, para uma maior diferenciação entre seus habitantes. Novos valores, comportamentos e estilos de vida caminham ao lado de uma maior liberdade de pensamento e ação da vida metropolitana. O mercado emergente de bens culturais, a busca pela diferenciação e distinção sociais, a justaposição de estilos e gostos transformam correlativamente as maneiras de pensar, agir e sentir dos novos homens e mulheres da época. Com o incremento do consumo e da moda, seus habitantes estão convidados à eterna oscilação de estilos e modismos. A personalidade torna-se mais dinâmica e cambiante, hedonista e amoral. A moda delinea os estilos e corrobora como um

sinalizador da condição social e do comportamento pessoal. Ela tanto promove a imitação e instaura um padrão ou gosto coletivo, como cria a diferenciação, a valorização de detalhes, extravagâncias e idiossincrasias no visual. A distinção e o desejo de estabelecer um estilo pessoal e intransferível, baseado no próprio gosto, reforçam o culto da *self-image* expressiva. O “eu” constitui nesse momento uma figura performática, um ator cujas máscaras são feitas da mesma matéria simbólica de seus produtos e mercadorias. As interações sociais não apenas são mediadas pelo exercício litúrgico e pelas práticas simbólicas dos objetos de consumo, como roubam-lhes sua forma lúdica e ritualizada. A sociabilidade de anônimos se realiza através do jogo das aparências, da observação dos gestos e movimentos, do estilo pessoal e das impressões, do magnetismo pessoal e das características imediatas e superficiais, dos signos distintivos do gosto pessoal, das preferências e da moda.

“As tendências para a competição, igualização e imitação, de um lado, e para a diferenciação, individualização e distinção, de outro, foram assinaladas por Georg Simmel [...] como centrais para a dinâmica da moda, vista como um compromisso entre, de um lado, a adesão e a absorção pelo grupo social e, de outro, a diferenciação e a distinção individual em relação aos outros membros do grupo. Simmel associa a moda à fragmentação da vida moderna, à neurastenia, à superestimulação e à excitação nervosa, que se aceleraram com o crescimento das metrópoles. O indivíduo moderno defronta-se com a mudança febril da moda e a desconcertante pluralidade de estilos” (Featherstone, 1995, p. 161).

Para Goblot (1989), as sociedades estamentais não precisavam salientar tanto sua distinção e reconhecimento público através de sinais visíveis e exteriores. A distinção e a barreira que separam dominantes e dominados estão antes nos signos imanentes de sua alta hierarquia: a consagração, o nascimento, os títulos, os esca-

lões, etc., os quais determinam o *status quo*. “Há uma realidade por trás dos sinais.” O homem burguês, em especial os novos e pequenos burgueses das capitais e os recém-chegados burgueses das províncias, busca sinais externos e aparentes de diferenciação e bom gosto. É uma lei da nova cultura burguesa das metrópoles. Antes da tão almejada ascensão social, os burgueses primam pela elegância, distinção e originalidade. A moda que uniformiza igualmente classifica e individualiza. O burguês se veste para mostrar quem ele é ou busca parecer ser.

“O burguês não foi investido como tal, nem consagrado, nem diplomado, nem reconhecido oficialmente ou oficiosamente, e o nascimento para ele é sem valor, já que a classe é aberta. O traje burguês é portanto mais do que um sinal: é um traço constitutivo. É a aparência que, no caso, faz quase toda a realidade. Por isso, a importância da função diferenciadora vai muito além da função estética. A função diferenciadora da moda introduz uma nova causa de mutabilidade. Uma burguesa não pode vestir-se de acordo com a moda de ontem nem com a de amanhã. A novidade não pode ser uma característica de classe desde o momento de sua aparição; adotá-la cedo demais é singularizar-se, chamar a atenção, colocar-se fora da classe. Assim, não é a burguesia que lança a moda. São, pelo contrário, as pessoas que não têm medo de chamar a atenção. A burguesia adota a moda assim que ela deixa de ser surpreendente. [...] a novidade torna-se moda [...]. A moda só pode ser sinal de classe durante o curto período em que não é nova demais nem velha demais; logo, precisa estar em contínua evolução” (Goblot, 1989, p. 59).

Celebrando a novidade, a moda das ruas de burgueses e trabalhadores tornava-os figuras mais atraentes de se ver: extravagâncias, estilos, travestimentos, maneirismos, liberdade de variação, tendências e gostos. O corpo, preso à lógica transitória da moda, torna-se objeto de “fragmentação fetichista” e de culto sensualístico. A aparência

visual reveste, cada vez mais, o corpo na esfera pública de um caráter plástico e funcional, em que ele passa a ser visto e percebido como “mercadoria sexual”, vendido-se aos olhares voyeurísticos de passantes solitários. *Dandies e flâneurs*, por sua vez, desfilam suas diferenças e individualidades marcantes. Através da distinção pela moda, essas figuras das capitais do século XIX apelam para a percepção de suas características particulares e exclusivas, diante do horror ao tipo médio e como um modo de autopreservação frente à massificação. Como ressalta Simmel, certos tipos, no intuito de preservar suas “colorações” pessoais, apelam ao exagero e ao extremo como formas de ser exclusivo, inconfundível e “permanecer visível até para si próprio”. Torna-se cada vez mais importante ser visto e percebido em um mundo burguês de recentes ascensões e fama. Ao mesmo tempo é preciso impressionar para fugir ao anonimato da multidão, ser original, diferente e único. Em um mundo de contingências e brevidades, invólucros e artificialismos, é necessário conservar-se e não se deixar confundir ou se perder. A diferenciação torna-se um imperativo categórico para o moderno carente de auto-afirmação e reconhecimento. Torna-se regra “*making as striking an impression in the briefest possible time*” (Frisby, 1994, p. 85).

As peripécias individuais, sob a ditadura da estetização nas capitais, paulatinamente se impõem sobre a rígida ética de costumes e juízos ascéticos vitorianos que resistem ainda no interior da metrópole e vigiavam seu comportamento pessoal em público. Os prosclênios dos grandes centros urbanos, receptivos ao cosmopolitismo, celebram festivamente as singularidades subjetivas que se fortalecem em seus domínios. Segundo Simmel, essa proliferação vertiginosa de estilos, a busca radicalizada de diferenciações e o caráter ambíguo e contingente das aparências externas das coisas não apenas confirmam a ausência de estilo dos tempos modernos, como fornecem uma interpretação para o esvaziamento da cultura e a redução de tudo, inclusive dos próprios indivíduos, à lógica

trágica da fragmentação (Frisby). Com a modernidade ocorre uma crise de percepção do indivíduo em relação ao mundo, seu grupo de pertencimento e em relação a si mesmo. Preocupado em aparentar e ser percebido, em se embevecer pelos olhos e se deliciar com o espetáculo de imagens e visões, o tipo cidadão acaba por se esquecer de si, condenando sua identidade pessoal. Adquire outras, traveste-se e se entrega à mágica brincadeira de ser vários sendo um só. Apropria-se de máscaras de imagens mitologizadas, com alto valor de troca, criadas nos laboratórios de produção do mercado, em circulação nas prateleiras e vitrines do mundo de consumo e ostentadas, frivolamente, em público.

Os “papéis públicos” individuais, na maioria das vezes relacionados com a profissão ou a inserção do indivíduo no mercado de trabalho, já não precisam se configurar em conformidade com um determinado modo ou estilo de vida subjetivo, com preferências ou com valores pessoais e particulares de cada um. Ironicamente, os “papéis públicos” de um mesmo indivíduo começam a se diferenciar no interior de sua vida pessoal, tornando-se, a princípio, aparentemente conflitivos ou incompatíveis. A encenação de aparências, personagens ou tipos não coincidentes ou mesmo estanques e incongruentes no espaço das cidades, concede à vida pública da passagem do século o *status* de um estilo de vida teatralizado. Os indivíduos não estão mais presos à rígida formalidade de um comportamento unívoco, estável e homogêneo. Os avatares modernos fazem um pacto faustiano com o seu mundo de imagens e se divorciam do semblante único, adquirem mil rostos, máscaras e disfarces, tal como a mercadoria do anúncio publicitário ou a estrela do cinema.

A busca da estilização pessoal enquanto lógica de diferenciação de formas do anonimato da vida social promoverá um profundo abalo no princípio moderno de um centro subjetivo identitário e único. A suposta identidade psíquica de seus indivíduos é sensivelmente abalada pela instabilidade e superficialidade da vida moder-



na. Seja a busca de experimentação, de exibição, de travestimento através do jogo da moda, seja a garantia de uma incomparabilidade ou de uma personalidade espontânea e livre, confundem-se, muitas vezes, com a perda ou fragmentação da identidade prescrita ou o papel público e social do “eu”. A sensação de estranhamento e instabilidade torna-se gradativamente uma constante no comportamento psíquico do indivíduo metropolitano. A identidade do tipo urbano confunde-se com o caráter “metamórfico” e inconstante das mercadorias, estilos e modas. O maneirismo pessoal é dependente da lógica das associações aleatórias, do sincretismo de tendências e comportamentos e da fugacidade de crenças e valores. A identidade varia no tempo e no espaço, segundo as leis arbitrárias e pouco restritivas da contingência e do excesso. A personalidade surge como uma máscara multifacetada de expressionismo e originalidade.

“Quando os deuses se foram, a imediatez da sensação e da percepção se tornou mais importante; os fenômenos passaram a parecer reais em si mesmos e por si mesmos, como experiências imediatas. Por seu turno, as pessoas estavam inclinadas cada vez mais às diferenças nas impressões imediatas que se davam umas às outras, a fim de ver tais diferenças, de fato, como a própria base da existência social. Essas impressões imediatas que as diferentes pessoas produziam eram tidas como sendo as suas ‘personalidades’” (Sennett, 1987, p. 192).

Controladas pela autoconsciência, pelo psicologismo e pela vontade da audiência de espectadores, as personalidades dependem menos da idéia compartilhada de uma humanidade comum, de freios, controles e convenções rígidas (os espartilhos apertados que restringiam e constrangiam as manifestações individuais do mundo ascético da tradição) que das tendências protocolares das coleções de moda. Esta reforça pertencimentos, mas sobretudo promete reinventar o “eu”. Extravagantes ou conformistas aos ditames do mercado da

moda, no cenáculo citadino, as pessoas são o que aparentam ser. Indivíduos com comportamentos, maneirismos e estilos diferentes são considerados pessoas diferentes. Como sublinha Sennett, “quando uma pessoa muda é porque houve mudança no seu eu” (5). É nesse cenário psicomórfico, aberto e secular, que a identidade pessoal tende a se tornar fluida, multiforme e fortemente influenciada pelo universo imagético da vida cotidiana. A alteridade contrastiva do outro que me observa me constitui como presença, como um “eu” com forma e imagem própria. O “eu” é tanto extensão do olhar do outro, que me confirma como diferença e corpo, como desejo íntimo de existência, única e pessoalizada. Para Baudelaire, o homem moderno, nessa orgia sagrada das ruas, “acaba por se assemelhar àquilo que gostaria de ser” levado pela “metamorfose incessante das coisas exteriores”, pelo espetáculo delirante da *novidade*, pela vitalidade de uma “vida múltipla” e pelo “encanto cambiante” de todos os seus elementos. Desse modo, na modernidade, todo “eu” torna-se “um *eu* insaciável de um *não-eu*”, expresso e revelado como algo novo a todo instante, movido pelo “prazer efêmero da circunstância” (Baudelaire). Mas o outro é sobretudo uma imagem vendida em painéis, fotografias e capas de revista. O outro não é uma biografia, uma experiência a se compartilhar, é somente um espectro, uma imagem sedutora, uma simulação, um espelho translúcido.

A experiência de vida na cidade-vitrine das fantasmagorias encoraja seus homens e mulheres a ter ou então cambiar uma multiplicidade crescente de papéis e modos de ser. Começa a surgir uma idéia de que o eu é um outro (Rimbaud), que o eu é muitos ou uma instância descentrada e indefinida, diferenciada e instável. A vida moderna das cidades ensina a difícil arte de ser muitos sendo um só. A noção ainda recente de que o homem possuía um centro, uma identidade única e particular começava a cair por terra. O eu refletido na miríade de reflexos torna-se descentrado. A cultura das cidades se mostra como uma

5 Se, por um lado, como avalia Sennett, a sociedade vitoriana do século XIX era um obstáculo para a livre expressão, por outro lado, a rua tornada passarela e o espetáculo público da vida aberta, aliados ao fascínio do consumo e da estetização da vida cotidiana (Featherstone), tomaram algumas décadas mais tarde, já no século XX, os maneirismos espontâneos e as expressões voluntárias traços e valores consensuais do tipo psíquico e subjetivo moderno.

enorme feira pública onde se negociam as identidades no varejo e se cambiam disfarces de tipos diferenciados. O eu é um artifício, produto de um jogo de percepções e imagens exteriores em um fluxo desordenado. Em Álvaro de Campos, o eu está condenado a rupturas e desencontros. A identidade pessoal perde seu suposto centro e condena-se à dispersão no espaço de ilusão imagística dos grandes centros. O poeta-técnico do novo mundo, extenuado de “sentir, ver, ouvir tudo ao mesmo tempo” e “de sentir tudo de todas as maneiras”, na torrente elétrica das multidões, é o avatar das cidades. Sua psique e identidade sofrem de convulsivos delírios, vertigens e confusões mentais no caos das ruas. A rua o condena à perda de seus registros e de sua memória pessoal. Amnésia, confusão e transfiguração frente às vitrines da grande *urbens*.

“[...] Deixai-me partir a cabeça de encontro às vossas esquinas,  
E ser levantado da rua cheio de sangue  
Sem ninguém saber quem eu sou!”

Dentro de si, como ilustra o poeta, ele traz “todos os lugares” onde esteve e todas as imagens que viu. “Vi todas as coisas, e maravilhei-me de tudo.” A subjetividade do poeta dilacera-se na mobilidade e na intensidade ensandecida das coisas no mundo. De tanto ver e sentir tudo, ele já não sabe mais quem é. Seu “eu” tornou-se fragmentário e a alienação, agora, é antes perante si mesmo do que um vulgo estranhamento do mundo. No exaspero de tudo ver, o poeta perde a própria imagem de si. A cidade é um jogo de espelhos que nunca reflete a própria imagem, mas sempre a de um outro: um jogo de sombras que confunde e desestabiliza a concepção de identidade una, original e intransferível do indivíduo moderno do Iluminismo.

Com o olhar e a alma saturados de choques, visões, sensações, registros e estímulos, o poeta mergulha na mais profunda embriaguez sensorial. Como que sob o efeito do álcool ou de um poderoso narcótico, convulsionado por alucinações visuais e

auditivas, o poeta perde a memória, padece de sucessivas crises de identidade e depressão, cansado de “sentir, ver e ouvir tudo ao mesmo tempo”, entregando-se aos efeitos da narcose, da deriva e da mutação. O homem, na imagem do poeta, parece não ter mais lugar no mundo, parece anunciar seu desterro, esquecimento de sua história através do “desaparecimento rápido das coisas” e da perda de sua identidade: “Quem sou eu e para onde vou?”. No mundo sensorial moderno, os homens estão condenados a alucinações visuais, convulsões, instabilidades dos humores, ansiedade nervosa e neurastenia psíquica.

“Sentir tudo de todas as maneiras  
Viver tudo de todos os lados,  
Ser a mesma coisa de todos os modos possíveis ao mesmo tempo,  
Realizar em si toda a humanidade de todos os momentos  
Num só momento difuso, profuso, completo e longínquo  
[...]  
Eu quero ser sempre aquilo com quem simpatizo.  
Eu torno-me sempre , mais tarde ou mais cedo.  
Aquilo com quem simpatizo, [...].  
E eu simpatizo com tudo, vivo de tudo em tudo.  
[...]  
Multipliquei-me, para me sentir  
Para me sentir, precisei sentir tudo,  
Transbordei, não fiz senão extravasar-me,  
Despi-me, entreguei-me,  
E há em cada canto da minha alma um altar a um deus diferente.  
[...]  
Sentir tudo de todas as maneiras,  
Ter todas as opiniões,  
Ser sincero contradizendo-se a cada minuto,  
Desagradar a si próprio pela plena liberalidade de espírito,  
[...]  
Porque não tenho raiz, como uma árvore, e portanto não tenho raiz...  
Eu, que tantas vezes me sinto tão real como uma metáfora,  
[...]

Viro todos os dias as esquinas de todas as ruas,  
E sempre que estou pensando numa coisa, estou pensando noutra.  
Não me subordino senão por atavismo,  
E há sempre razões para emigrar para quem não está de cama  
[...]  
Eu de cabeça pra baixo no centro da minha consciência de mim  
Rua sem poder encontrar uma sensação só de cada vez rua  
Rua pra trás e pra diante dos meus pés  
Rua em X em Y em Z por dentro dos meus braços  
Rua pelo meu monóculo em círculos de cinematógrafo pequeno,  
Caleidoscópio em curvas iriadas nítidas rua.  
Bebedeira da rua e de sentir ver tudo ao mesmo tempo.  
Bater das fontes de estar vindo para cá ao mesmo tempo que vou para lá”.

A cidade, enquanto um mundo de travestimentos e *performances*, aparências fugidias e identidades em dissolução, promove tanto a descaracterização do estilo e da identidade única, como coopera para a emergência de uma cultura marcada pela livre associação de tipos, variações e diferenciações constantes. Nesse sentido, manter uma estabilidade, uma postura identitária ou uma aparência unívoca com uma “continuidade de conteúdo” (Sennett), para a audiência numerosa e heterogênea de estranhos espectadores, torna-se um exercício cada vez mais raro e menos expressivo. Em um ambiente em constante dissolução e metamorfose, como os grandes centros urbanos, torna-se enormemente difícil cumprir com fidelidade um mesmo papel prescrito socialmente. O homem deseja mudar no mesmo giro veloz dos ponteiros do seu tempo. A aura de liberdade e o anonimato das cidades permitem diversas personificações. Aqueles que se aventuravam nas suas searas labirínticas parecem movidos pelo desígnio de alargamento do “eu”, seja através da descoberta de novos gostos, vivências e sensações, seja no esforço de tecitura de imagens e aparências frívolas.

A cidade-vitrine ou a cidade-passarela condena ao constante jogo espectral de (re)invenções de si mesmo. As expressões cênicas, as imagens refletidas, a “estilística da existência” criada e recriada na vida pública fomentam o trânsito de personalidades e os exercícios dissimulatórios. Transitar nos seus espaços físicos modifica a existência psíquica, estabelece formas ambivalentes e criativas, justapondo dentro de uma mesma personalidade um conjunto associativo e livre de diferentes modos de ser, sentir, agir e pensar. Mutantes e disfásicos, seus habitantes praticam o exercício estético de ser, desenhando tipos, rostos e aparências, tais como suas contemporâneas: as mercadorias.

## A ORGIA FEBRIL DO CONSUMO

Os sentidos do homem moderno pela primeira vez na história são expostos ao espetáculo onírico e performático das mercadorias e seu mundo de fantasia e delírio. O mundo público moderno tem algo de peculiar nos seus contornos. Embora o brilho e o luxo urbanos não fossem elementos novos na história, o acesso secular e público a eles havia se tornado uma realidade na vida cidadina novecentista (Buck-Morss, 1993). Não apenas os sentidos, mas igualmente as identidades urbanas são tornados reféns dos artifícios, malabarismos e “sutilezas metafísicas” da forma mercadoria. As entidades sagradas do capital interferem na recepção da realidade. O mundo torna-se um *trompe l’oeil*. Os olhos percebem uma realidade paralela e fantástica incrustada no corpo enfeitado das mercadorias que descansam em seus altares. O olho individual que tudo vê e fragmenta ao mesmo tempo fotografa e reproduz a irreverência estética e múltipla da representação encantada de uma miríade de fetiches industrializados dessa mercadoria-signo.

É no século XIX, no mundo sucedâneo à revolução industrial e técnica, que se constituem os germes de uma cultura de consumo. Uma sociedade de consumo ainda







inexiste, já que o mercado consumidor da época é ainda formado apenas por um grupo exíguo de pessoas pertencentes às classes mais abastadas. Além do que, a esfera produtiva ainda não havia alcançado o ideal da produção massificada, em larga escala, de produtos com preços acessíveis às classes mais baixas da população (6). Nesse momento, no último quarto do século XIX, ainda não há um mercado consumidor de massa para as manufaturas industriais, porém o espetáculo do luxo, da novidade, da sofisticação e da moda crava seus primeiros passos em território moderno. Embora carente de uma cultura de consumo, a sociedade da época entra em contato com um mercado de bens de consumo em ascensão, e tem seus primeiros contatos com a retórica persuasiva das imagens da publicidade. A nova religião do consumo, com o discurso da indústria da propaganda, busca não apenas esclarecer e informar, mas também estetizar, provocando efeitos e desejos nos potenciais consumidores dos novos produtos e objetos da indústria capitalista. O dogma principal dessa religião moderna é o dever incontornável de sonhar, para tanto ela cria um mundo mágico de realizações, fantasias e simulacros, arquitetura a degustação profana dos prazeres materiais, através de fetiches, mitos e ícones sagrados. A mercadoria, dádiva divina, é dotada sobretudo de um caráter totêmico e religioso.

Para homens sem a tradição dos hábitos, desejos e práticas de consumo, o mercado prepara estratégias de venda, como o crédito facilitado e uma estetização das mercadorias através das novas técnicas e do impacto visual. Desacostumados aos valores de mercado e ao consumo, a atitude inicial diante da proliferação de imagens de cenários estilizados e fantasiosos do mundo da publicidade é marcada por um misto de estranhamento e encanto, curiosidade e desejo. Uma nova cultura emerge do surgimento da moderna *publicidade*. Surge uma nova forma de “comunicação pública”, baseada na proliferação abundante de imagens e mensagens visuais e no desenvolvimento dos meios de

reprodutibilidade técnica, apoiada principalmente na imprensa e na fotografia: cartazes, grandes painéis de rua, textos ilustrativos, panfletos, *affiches*, capas de revistas, jornais ilustrados com desenhos e litogravuras, vitrines e embalagens coloridas. Ilustradores e artistas profissionais desenham e pintam cartazes, criam-se letras, transformam brasões em marcas, preparam os primeiros projetos gráficos, ilustrando ricamente *posters*, revistas e tablóides (7). Imagens de sonho, painéis e homens-sanduíches tornam-se parte do cenário das ruas, misturando-se ao imaginário citadino. Independente de sua posição social ou da classe de pertencimento, uma massa numerosa de pessoas passa a perfilar com curiosa atenção as imagens hipnóticas das mercadorias, reservando parte de seu tempo ao exercício ocioso de contemplar vitrines (8).

“[...] [Sennett] conta-nos que na primeira loja de departamentos parisiense, Bon Marché, pouco depois de sua inauguração, nos idos de 1850, uma das primeiras vitrines exibia potes e panelas. Os potes e panelas estavam arrumados num cenário estilizado, representando uma ilha dos mares do Sul, com conchas, contas de coral, palmeiras e coisas assim, para produzir um efeito estético. Precisamos ainda perguntar: ‘quem arrumou o cenário?’ A resposta seria, em princípio, os decoradores de vitrines, mas podemos ainda apontar outros profissionais em campos afins, como publicidade, *marketing*, *design*, moda, arte comercial, arquitetura e jornalismo, que ajudaram a modelar e criar os mundos dos sonhos” (Featherstone, 1995, p. 111).

Adensam-se os apelos visuais e adornos estéticos, multiplicam-se os prazeres incontidos. A modernidade de consumo das ruas compõe um quadro surrealista. Estimulação e excitação dos sentidos, experimentação da ilusão, encantamento e mitificação da vida, aguçamento das emoções, da imaginação e abandono do real, através da fuga onírica para a irrealdade estetizada. A propaganda começa a prepa-

## Divan Japonais, de Toulouse Lautrec, cerca de 1892-93

6 A dita “democratização do luxo” e o mercado de consumo de massa apenas se concretizam no pós-guerra.

7 Segundo Sennett, varejistas e comerciantes do século XIX, no intento de vender volumes maiores e aumentar seus lucros, investem na idéia do preço fixo, na maior oferta e variedade de artigos, apostando na racionalização dos cálculos – investimento, despesa e lucro – e na lógica da sedução de seus compradores.

8 Como afirma Sennett, “[...] tentaram resolver o problema criando uma espécie de espetáculo do lado de fora da loja, um espetáculo que deveria dotar as mercadorias, por associação, de um interesse que a mercadoria poderia intrinsecamente não ter. O primeiro recurso que os varejistas usaram foi a justaposição inesperada. Um visitante do andar de utensílios da Bloomingdale em Nova York teria uma percepção melhor do que haviam tentado essas lojas do século XIX. Ao invés de cem potes do mesmo tamanho e do mesmo fabricante, haveria um único exemplar, colocado ao lado de um outro, de forma diferente. Zola escreveu que ‘a força das lojas de departamentos é aumentada dez vezes pela acumulação de mercadorias de tipos diferentes, que se sustentam umas às outras, cada qual empurrando a outra para frente’. [...] Parece que os mais dessemelhantes objetos prestam-se apoio mútuo, quando colocados próximos uns aos outros’. Por que seria assim? O caráter de uso do objeto ficava temporariamente suspenso. Tomara-se ‘estimulante’: uma pessoa gostaria de comprá-lo porque temporariamente ele se tornara uma coisa inesperada; tomara-se estranho. [...] O estímulo à compra resultava de um aura temporária de estranhezas, de mitificações, que os objetos adquiriram. [...] Nas últimas décadas do século XIX, os donos de lojas de departamentos começaram a trabalhar mais o caráter de espetáculo de suas empresas, de maneira quase deliberada. Vitrines envidraçadas eram inseridas nos andares térreos das lojas, e o arranjo dos arti-

gos dentro delas era feito com base no que havia de mais inusitado na loja, e não no que havia de mais comum. As próprias decorações das vitrines tornaram-se cada vez mais fantásticas e elaboradas. Com a estimulação do comprador para revestir os objetos de significações pessoais, acima e além de sua utilidade, surge um código de credibilidade que tornará lucrativo o comércio varejista de massa. O novo código de credibilidade comercial era um sintoma de uma mudança bem maior que ocorria na percepção do âmbito público. O investimento de sentimentos pessoais e a observação passiva estavam sendo unidos; estar fora, em público, era ao mesmo tempo uma experiência pessoal e passiva" (1987, p. 185).

9 Um artigo de um jornal inglês de 1896, *The Shop Assistant*, especializado na área de consumo e vendas, sintetiza a febre de consumo das liquidações nas grandes lojas de departamento londrinas da época: "Estamos outra vez neste mês incrivelmente louco. Para alguns, as liquidações acabaram e eles respiram aliviados. Outros estão só começando as quatro ou seis semanas mais duras do ano. [...] Quando vejo na loja, como no mês passado, mulheres bem vestidas ajoelhadas diante de um cesto de artigos de fim de estoque, com o cartaz 'Tudo por cinco pence', acotovelando-se para extrair a melhor peça daquele monte de refugio, como se sua vida dependesse disso; quando as vejo transpirando, extenuadas, abrir caminho com dificuldade até um cesto de artigos de baixa qualidade, enxugando o suor, fico boquiaberta com o espetáculo dessa nova doença. A senhora Brown, logo que acaba de tomar seu desjejum, parte para as liquidações. Primeiro, percorre as vitrines das várias lojas. Não sabe por onde começar, já que não tem a menor idéia do que quer comprar. Então, encontra a senhora Smith que também está 'fazendo' as liquidações. 'Vamos ver o resto', diz a senhora Smith. 'Está bem', diz a senhora Brown, 'só vamos dar uma olhada'. Essa 'olhada' leva uma hora, tempo suficiente para serem atingidas pela febre. E começam a comprar: cinco pence aqui, uma libra depois. Pausa às duas da tarde para

rar o cabedal infinito de promessas de felicidade. Através dessa profusão de imagens, apelos e mensagens visuais, o mercado inicia seu curso intensivo de retórica visual. É preciso mitificar e mistificar os antigos valores de uso, representar algo diferente, enfeitiçar a alma através dos olhos, embalar com máscaras ou revestir de uma segunda pele o corpo prosaico e sem vida da mercadoria (9). Em contraposição ao mundo plúmbeo e odioso das máquinas e fábricas, o elixir da boa vida; em oposição à realidade tediosa do cotidiano monocromático, a beleza sensual e erótica da sedução iriada de cores, tons e matizes. O olhar moderno, já saturado de ver e sentir, precisa agora aprender a desejar. É preciso educar os modos de ver, desenvolver a propedêutica de desejar pelos olhos a matéria sacralizada. Seus pedagogos são os novos produtores simbólicos/intermediários culturais (Featherstone), seus manuais, a moderna indústria da fotografia, do *design* e das imagens publicitárias. Inicia-se a educação desse novo público, ainda sem refinamentos culturais, costumes ou hábitos consumistas. O abecedário da lógica simbólica do consumo precisa ser absorvido e praticado de forma subliminar em ritmo constante através das disciplinas dóceis do ilusionismo das formas da comunicação visual. As mercadorias se tornam fenômenos de consciência, objetos de conteúdo falsificado. O mundo é reencantado. De um lado, as obrigações, os infortúnios e as formalidades da realidade tediosa do mundo técnico-industrial, do atarefamento, da pressa e da necessidade, de outro, a magia de um universo encantado, de sonhos e promessas, uma realidade paralela, em que a natureza do vivido é artifício e dissimulação. A dimensão do consumo libera a vida pública e redimensiona as vidas privadas. O desejo, o excesso e a embriaguez são incorporados à realidade da vida, e os objetos e mercadorias celebram o retorno ao mundo cultural das imagens. A arte perde a sua aura enquanto a mercadoria estetizada é celebrada pelo seu alto valor de culto. Obliteram-se as formas e conteúdos, a arte se torna sócia do mundo capitalizado e a

mercadoria se traveste com a sua aura desprezada. Se a experiência social e o mundo da vida se desencantam (Weber), a realidade paralela e simulacional das experiências solitárias do mundo do espetáculo e da mercadoria reencanta e instaura um novo período de sonhos e mitos, industrialmente produzidos ao gosto pessoal do freguês.

Em Walter Benjamin a alegoria moderna do mundo do consumo está na perda do caráter "heróico" do *flâneur*, agora herói redimido nos labirintos da mercadoria. O *flâneur*, que se banha em êxtase na orgia das multidões, encontra nas galerias sua derradeira morada e refúgio. As galerias se transformam em seus salões, dizia Benjamin. Seduzido pelos fetiches e artimanhas das mercadorias, o *flâneur* solitário afasta-se progressivamente dos cenários urbanos para se perder nos corredores labirínticos das grandes lojas. Outrora amante da vida aberta das ruas e dos espetáculos dos detalhes públicos da azáfama multitudinária, o *flâneur* trai sua condição primeira e, hipnotizado, se envereda pelas trilhas encantadas das vitrines. Seu derradeiro templo são as lojas de departamento. Sua solidão eminentemente pública, compartilhada por milhares de transeuntes da multidão, é preterida pela solidão silenciosa do mundo fantástico dos fetiches. Nesse novo cenário, distante do contato das ruas, ele se relaciona tão-somente com seus reflexos (10). O *flâneur* é a figura moderna e solitária que se aloja nos casulos fechados do mundo religioso dos objetos e mercadorias. Ele macula sua alma na orgia do consumo, na sagrada ebriedade da esfera fantasmagórica das vitrines e lojas (Baudelaire). Seu altar não é mais a cidade em alarido, as cenas e acasos do cotidiano da vida urbana, a revelação dos enigmas e véus que recobrem os mistérios da vida das ruas, mas a vitrine estetizada das galerias. Seu objeto poético de culto e adoração não é mais a multidão, mas a mercadoria-fetice. Na frente das vitrines sua melancolia é esquecida e povoada pelas promessas de felicidade estampada no corpo das mercadorias. Nas vitrines sua imagem multiplica-se. Ele pode ser, nesse momento, ele mesmo ou qualquer ou-



tro (Baudelaire). Na metáfora baudelairiana a mercadoria funciona como um narcótico poderoso que condena todo aquele que a contempla a um embaralhamento da identidade individual através do travestimento das aparências que a estética da mercadoria constrói. A mercadoria aparece, alegoricamente, na figura do fetiche, na metáfora do narcótico ou da prostituta, dotada de um caráter religioso e mágico, de um poder entorpecedor e de argúcias e ardis sedutores. Como Marx afirma, a mercadoria lança olhares amorosos aos seus pretensos compradores e incita ao ato da compra na ganância de se apoderar do equivalente geral dinheiro. Com sua aparência estetizada e murmurando promessas e palavras de amor, ela inebria e fascina, despertando os desejos e pulsões reprimidas. Matéria-síntese de um paganismo sacralizado, de uma religiosidade profana e de uma encarnação espiritualizada. “Se a mercadoria tivesse uma alma esta seria a mais plena de empatia já encontrada no reino das almas, pois deveria procurar em cada um o comprador a cuja mão e a cuja morada se ajustar” (Benjamin, 1993, p. 64).

*O flâneur*, andarilho solitário, é conquistado pela ebriedade metafísica e religiosa do consumo, entregando-se à oferta gratuita de carinho das mercadorias que o espreitam (Benjamin). Distante dos outros homens, ele se entrega, extasiado, ao mundo onírico, solitário e fantástico dos objetos. Tomado por uma embriaguez anestésica dos sentidos ou por um acometimento de narcolepsia, ele perde o contato com a cotidianidade da vida e do real. As mercadorias encarnam, sob sua forma fetichizada, seus obscuros objetos de desejo na irrealidade de suas telas e molduras (11). A modernidade se constrói, sob esse prisma, nas imagens fantasmagóricas e estetizadas do mercado de consumo. A mercadoria representa, simultaneamente, a figura central das experiências e a chave para o deciframento do sonho da modernidade em Benjamin (Frisby, 1986). Este espetáculo público de luzes, imagens e invólucros reverbera a imagem de homens como consumidores mais que propriamen-

te produtores, tornando mais opaca e indecifrável a definição das relações de classe. Como sonho coletivo, para Benjamin, ou fantasmagorias, para Marx, a modernidade celebra o ocultamento, o ilusionismo e o reencantamento do mundo (Buck-Morss).

As mercadorias em exposição, com seus valores de uso devidamente camuflados pelo envoltório de um valor simbólico, decifram o enigma da modernidade. A ideologia do progresso, a mistificação da dominação e a mitificação da história permanecem adormecidas junto ao corpo da mercadoria em exposição. Com suas ameaças transcendentes, a mercadoria lança lancinantes olhares eróticos aos espectadores enlevados. Ela aparece associada às experiências oníricas, místicas e sexuais criadas pela propaganda do “mundo de sonhos” das vitrines, cartazes e prateleiras das lojas de departamentos, como fábula fantasiosa ou promessa redentora do consumo da felicidade imediata. A mercadoria em exposição reflete a imagem do novo mundo. Tudo o que a rodeia está imantado pelo esmalte reluzente do requinte e beleza. Tal como a visão das imagens nos panoramas, ilusões em *flash* se movendo rapidamente, era a experiência do *flâneur* ávido e alucinado dentro das sofisticadas galerias e ruas de comércio. O palco da nova protagonista é coberto de luz e vidro, brilho e fantasia – uma miragem edênica em meio ao caos urbano. Simmel confere à modernidade esse caráter fantasmático, alegórico e hipnótico como faz Benjamin. A justaposição metrôpole/mercadoria está na raiz da compreensão da vida moderna. O maior símbolo dessa lógica está na economia do dinheiro e na estetização da produção industrial – a mercadoria – nas Exposições Mundiais. Nessas exposições, uma pluralidade de estilos, embalados em invólucros, paralisa a percepção. A imensa variedade e a concentração de impressões visuais saturam e desorientam, excitam e levam à exaustão ou à paralisia os sentidos humanos. Em oposição à inalteração de gestos e movimentos, à mecanicidade e

mastigar alguma coisa e logo depois começa tudo de novo. Incorporadas durante todo esse tempo a uma multidão compacta, arrastam-se para casa, exaustas, por volta das oito da noite. No dia seguinte, as compras são entregues a domicílio e elas exibem seus ‘bons negócios’. Mas o encanto se rompeu, e elas percebem que dois terços do que compraram não têm nenhuma utilidade, e terão que ser muito habilidosas para tornar útil o terço restante. Nada disso impede que as senhoras Brown e Smith sejam vistas em todas as liquidações num raio de cinco quilômetros” (Charlot e Marx, 1993, p. 66).

10 Em “As Vitrines” de Chico Buarque assiste-se ao desterro da poesia no mundo abissal do mercado. Mesmo alertando sua musa para os perigos da cidade e da empatia encantatória da mercadoria, ela se deixa seduzir pelo mundo de feitiço e luz das vitrines. A letra anuncia a perda da *flâneuse* no universo de reflexos e sonhos, nos labirintos de imagens das galerias: “Eu te vejo sumir por aí/te avisei que a cidade era um vão/da tua mão, olha pra mim/não faz assim, não vai lá não/Os letreiros a te colorir/embarçam a minha visão/eu te vi suspirar de aflição/e sair da sessão, frouxa de nír/já te vejo brincando, gostando de ser/ tua sombra a se multiplicar/ nos teus olhos também posso ver/ as vitrines te vendo passar/ Na galeria, cada clarão/é como um dia depois de outro dia/abrindo um salão/passas em exposição/passas sem ver teu vigia/catando a poesia, que entomas no chão”.

11 Nesse âmbito, Freud afirma que o conteúdo fantasmático das consciências desenvolve-se como substituto da realidade. Esses conteúdos preenchem a função vital de compensar as situações de frustração e decepção da realidade. Os desejos reprimidos regredem à consciência na forma peculiar da fantasia. O material de sua satisfação é buscado nas utopias situadas para além do tempo e espaço da vida real e presente. A fantasia é pulsão que se alimenta da fuga da realidade e com a desistência dos conteúdos da vida concreta. A fantasia conduz os homens a uma corrida pulsiva e sempre inacabada pelo prazer.

ao tédio do processo produtivo, o espetáculo artificializado do consumo estimula o delírio, o gozo sensorial e a alucinação estética. Testemunha-se a emergência de uma dimensão estética da cultura moderna.

*“On the one hand, visitors must be impressed by the vastness of what is on offer. On the other, the fleeting life of the commodity is also reflected in their architecture. Thus, whereas the architecture reflects ‘the conscious negation of the monumental style’, ‘the character of a creation for transitoriness’ becomes the dominant impression. This transitory impression must still embody something of ‘the eternity of forms’ in order not to totally reveal the illusory nature of the seemingly permanent character of the contents of such exhibitions. But not merely the architecture itself but the whole layout of exhibitions does reveal an aesthetic dimension, an ‘aesthetic super-additum’, which aims to give new aesthetic significance through the arrangement of their coming together, just as the ordinary advertisement has advanced to the art of posters”* (Frisby, 1994, p. 95).

Em *Dreamworlds*, Rosalind Williams descreve a suntuosidade, o espetáculo e a grandiosidade das exposições e estetização, a funcionalidade e o conforto das modernas lojas de departamentos – *grands magasins* – da segunda metade do século XIX. “Os prazeres sensuais do consumo” ofuscavam o progresso material, técnico e intelectual. As coisas simbólicas da esfera do consumo privado triunfavam sobre as coisas do mundo da inovação técnico-científica. Os produtos do progresso, colocados lado a lado, espelham o triunfo do mundo industrial, com uma sensível valorização dos bens de consumo não-duráveis, adornados e circundados por uma aura radiante de luxo, riqueza e ornamentação. “*Tools of production now seemed hopelessly boring apart from the things they made*” (Williams). A exposição de 1900 em Paris já representa os desdobramentos de uma revolução do consumo em curso,

uma vez que seu maior apelo é a “excitação das fantasias do consumidor” por meio de seus sentidos, em especial o visual. As lojas de departamento já conheciam essas práticas e rituais simbólicos de enfeitamento e encanto.

*“As environments of mass consumption, department stores were, and still are, places where consumers are an audience to be entertained by commodities, where selling is mingled with amusement, where arousal of free-floating desires is as important as immediate purchase of particular items. [...] The numbed hypnosis induced by these places is a form of sociability as typical of modern mass consumption as the sociability of the salon was typical of prerevolutionary upper-class consumption”* (Williams, 1992, p. 67).

A motivação principal é impressionar o espectador, tornando os espaços arquitetônicos fechados das lojas de departamento do mundo burguês tão fascinantes quanto os interiores dos palácios aristocráticos. O que separa esses dois mundos é a diferença do ambiente e da motivação escondida por detrás do que é exibido (Williams).

*“At Versailles the audience was the restricted one of the court. The courtiers were impressed mainly by the costliness of the décor, costliness due to the fineness of the materials and to the artistic skill used to work them [...]. In the department store, on the other hand, the audience is a large and anonymous public. The stylistic traits of repetition, variety, and exoticism used to reduce it into buying usually have little enduring aesthetic value. The motivation behind the décor is to lure people into the store in the first place and then to imbue the store’s merchandise with glamor, romance and, therefore, consumer appeal. There is no aesthetic connection between this décor and the objects it enhances, objects that generally lack any artistic merit”* (Williams, p. 71).

Exibição e espetáculo; efemeridade e ficção; simbolismo e erotização aguda de sentidos e emoções. O olhar moderno, tanto em Baudelaire, em Simmel como em Benjamin, constitui-se sob o signo da evasão e da dispersão sensorial: um cardápio perfeito para a gula sensacionista e para a “gastronomia do olhar” (Balzac). Como espetáculo visual contínuo de moda, estilos e vanguardas; com seus teatros *vaudevilles*, suas ciclópicas exposições mundiais e centenas de metros de vitrines repletas de mercadorias-fetiches em *display*, as cidades-mercado oferecem uma experiência de deliciamento generoso para os olhares diletantes e enfeitiçados. Produtos industriais expostos e estilizados como obras de arte em meio a uma moldura clássica ou a fulgurantes jardins de delícias, rodeados como um paraíso por um mundo de riqueza, ostentação, sedução e fantasia.

A inscrição “*Look but don’t touch*” revela a lógica subliminar desses espetáculos: o prazer deriva da pura percepção de uma visão alucinatória desprovida de experiência tátil ou interativa (Buck-Morss). Um mundo que se priva da realidade e se concebe na representação virtual de objetos perceptíveis e existentes apenas para o deleite gastronômico do olhar seduzido. A atividade exploratória, tornada moda, de correr com os olhos a superfície de longas extensões de janelas de vidro repletas no seu interior de maravilhosos objetos e coisas em meio a ambientações de sonho, de abundância e de luxo condiciona a atividade dos indivíduos-*voyeurs*, sitiando-os no registro da mera vivência solitária. Junto à ideologia da dominação do trabalho, surge a mistificação e o ocultamento coletivo da realidade através da criação de um mundo mágico da ideologia do consumo. As cidades, exibindo uma imensa variedade de artigos estilizados, imagens de sonho, tornam-se extensões de suas vitrines estetizadas. Lúdicas, criativas e fantasiosas, as *window-shops* eram verdadeiros espaços de alegorias, onde a mercadoria encarna segundas peles, máscaras e disfarces mágicos que envolvem os pas-

santes. O *voyeur* de vitrines pratica a silenciosa arte do delírio ótico, “arte” tornada verbo no termo “*window-shopping*”. Seus olhos se encantam com a confusão sensorial de alusões, signos, códigos e imagens das vitrines, dos *affiches*, dos *posters* fotográficos, das capas de revista, dos cartazes publicitários das mercadorias. Os olhos parecem somente ter tempo para o deleite contemplativo da indústria estética do consumo (12). A cidade torna-se uma galeria aberta de sonhos, apelos visuais e objetos de arte. Os consumidores modernos padecem de um processo homólogo de estranhamento e alienação, antes presente somente na esfera desumana do trabalho mecânico-industrial de produção, como salienta Benjamin. A mercadoria-fetichismo onipresente e fantasmagórica não é reconhecida como trabalho humano, mas somente como imagem onírica, com inúmeras “sutilezas religiosas e metafísicas”. A modernidade torna-se promotora de uma experiência coletiva de mistificações – uma fábrica de ilusionismos e felicidade. De um lado, a fotografia e a “pintura” dos instantes, o cinema e as imagens em movimento, do outro lado, a presença da publicidade, a estética da mercadoria, o jogo das tendências, do estilo e da moda.

A modernidade é, assim, sentida e percebida tanto pela ambigüidade (Simmel), como pela contradição (Baudelaire). A sensibilidade moderna é matizada pela diversidade contrastante de formas e conteúdos. A cidade grande surge como a arena aberta de (des)pertinências, (des)diferenciações, (des)territorializações, (des)encontros, (des)continuidades, (des)enraizamentos, (des)regramentos e (des)caracterizações constantes de tudo e de todos. A vida cotidiana moderna é sobretudo um espectro visual, desfile de aparências fugidias e signos autônomos – espaço da moda, da mercadoria, do jogo de imagens, do voyeurismo, do ilusionismo fantástico, do sono profundo e da sedução. Como ilustra Marx e Berman, tudo que é sólido, aqui, invariavelmente está condenado a se desmanchar no ar, ou então tornar-se pura mercadoria ou imagem de consumo.

12 Do latim *con-templum*, contemplar significava a atividade de olhar votivo, crente e religioso. Contemplar era cultuar Deus, olhar com a alma e sentir o divino diante de nossos olhos, respeitando o tempo eterno. Na cidade envitrinada, o olhar sagrado se profana na “contemplação” do material, do finito e fugidio.

## BIBLIOGRAFIA

- BAUDELAIRE, Charles. “La Peintre de la Vie Moderne”, in *Oeuvres Complètes*, vol. I. Paris, Gallimard, 1993.
- . *Le Spleen de Paris. Le Fanfarlo*. Paris, Flammarion, 1987.
- . *As Flores do Mal*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1984.
- BENJAMIN, Walter. *Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo, Brasiliense, 1985 (Obras Escolhidas).
- . *Charles Baudelaire – um Lírico no Auge do Capitalismo*. São Paulo, Brasiliense, 1987 (Obras Escolhidas).
- . *Paris Capitale du XIX<sup>e</sup> Siècle. Le Livre des Passages*. Paris, Les Éditions du Cerf, 1989.
- BRADBURY, Malcolm. *O Mundo Moderno. Dez Grandes Escritores*. São Paulo, Companhia das Letras, 1989.
- BRESCIANI, M. Stella. “A Cidade das Multidões, a Cidade Aterrorizada”, in Robert M. Pechman (org.), *Olhares sobre a Cidade*. Rio de Janeiro, UFRJ, 1994.
- BUCK-MORSS, Susan. *The Dialectics of Seeing – Walter Benjamin and the Arcades Project*. Cambridge-Massachusetts, The MIT Press, London, 1995.
- CARVALHO, Sérgio Lage. *Lonely Sweet Home – Solidão e Vida Moderna*. Dissertação de mestrado, FFLCH-USP, 1995, mimeo.
- CHARLOT, M. e MARX, R. *Londres, 1851-1901. A Era Vitoriana ou o Triunfo das Desigualdades*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1993.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de Consumo e Pós-modernismo*. São Paulo, Livros Studio Nobel, 1995.
- FRISBY, David. *Fragments of Modernity*. Oxford, Polity Press, 1985.
- GOBLOT, Edmont. *A Barreira e o Nível. Retrato da Burguesia Francesa na Passagem do Século*. Campinas, Papyrus, 1989.
- HAUG, W. Fritz. “A Crítica da Estética da Mercadoria”, in Ciro Marcondes (org.), *A Linguagem da Sedução*. São Paulo, Perspectiva, 1988.
- LASCH, Christopher. *A Cultura do Narcisismo*. São Paulo, Imago, 1985.
- NOVAES, Adauto (et al.). *O Olhar*. São Paulo, Companhia das Letras, 1988.
- PESSOA, Fernando. *Obras Poéticas*. Rio de Janeiro, Aguilar, 1985.
- POE, Edgar Allan. “The Man of the Crowd”, in *Tales, Poems, Essays*. London, Collins, 1952.
- SENNETT, Richard. *O Declínio do Homem Público*. São Paulo, Companhia das Letras, 1987.
- SEVCENKO, Nicolau. “Metrópole: Matriz de Lírica Moderna”, in Robert M. Pechman (org.), *Olhares sobre a Cidade*. Rio de Janeiro, UFRJ, 1994.
- SIMMEL, Georg. “Individual Freedom” e “The Question of Style”, in *The Philosophy of Money*. London, Routledge and Kegan Paul, 1978.
- . “The Metropolis and Mental Life”, in Kurt Wolff, *The Sociology of Georg Simmel*. New York, The Free Press, 1964.
- WILLIAMS, Rosalind. *Dreamworlds. Mass Consumption in Late XIX*. 1982.
- WISMANN, Heinz (org.). *Walter Benjamin et Paris*. Paris, Les Éditions du Cerf, 1986.





TEXTOS