

***Graffiti Palace.***  
**Fantasmagorias urbanas, espaços abandonados<sup>1</sup>**

Fabrício SILVEIRA<sup>2</sup>  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

**RESUMO**

Examinamos aqui certos modos em função dos quais a idéia de fantasmagoria urbana vem sendo empregada em estudos pertinentes ao campo da Comunicação. Nessa rápida recuperação monográfica, procuraremos apreender o tema tanto por um viés histórico quanto por um viés teórico-metodológico, já que estaremos construindo um eixo para a análise de determinados materiais comunicacionais que, logo mais à frente, irão exigir atenção.

**PALAVRAS-CHAVE**

Comunicação urbana; fantasmagorias urbanas; espaços abandonados; *graffiti*.

No vasto campo de estudos sobre mídia e cidade, não são poucos e nem tão recentes, muito menos sem importância, os autores que já se referiram à noção de *fantasmagoria urbana*. Em alguns casos, inclusive, a noção chega a ganhar ares de sólida e convincente elaboração conceitual, com forte potencial para aplicações analíticas e para interpretações de fenômenos e materiais empíricos bastante específicos. Assim, mesmo referindo-se a aspectos dos imaginários urbanos e àquilo que, nas vivências metropolitanas, pode ser entendido como sendo sua dimensão mítica ou mágica – e, como tal, para dizermos o mínimo, pouco tangível empiricamente –, a expressão tem servido à boa operatividade de algumas investigações e tem auxiliado na atribuição de maior rigor e transparência aos esforços de entendimento das múltiplas facetas, sejam elas noturnas ou diurnas, das modernas metrópoles comunicacionais.

Dentre os autores que poderíamos citar, logo de saída, encontram-se nomes de peso, como Walter Benjamin e Vilém Flusser. Ou então, dentre os vivos, mais próximos de nós, nomes também muito relevantes, como Armando Silva e Néstor Canclini.

O que propomos aqui é justamente o recenseamento dessas aparições teóricas – de algumas delas, ao menos –, o exame de certos modos em função dos quais a idéia de fantasmagoria urbana é empregada. Inevitavelmente, algumas formulações correlatas,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP Comunicação e Culturas Urbanas, durante o IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), realizado entre 04 e 07 de setembro de 2009, na Universidade Positivo, em Curitiba – PR.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação. Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), em São Leopoldo – RS. Email: fabricios@unisinos.br.

como *fantasmas urbanos* ou *acontecimento fantasmático*, por exemplo, também serão mencionadas.

Nossa expectativa é de que, nessa rápida recuperação monográfica, possamos apreender o tema e o conceito (afinal trata-se disso: trata-se de um tema e de um conceito, simultaneamente) tanto por um viés histórico quanto por um viés metodológico, já que estaremos construindo um eixo para a análise (ainda ensaística e especulativa, é bem verdade) de determinados materiais comunicacionais que, logo mais à frente, irão exigir atenção. Nossa abordagem historiográfica, contudo, não se pretenderá exaustiva, nem irá preocupar-se tanto com exatidões cronológicas, detalhamentos ou contextualizações de épocas ou períodos temporais. Antes disso, pretende-se tão somente indicativa, a ser reivindicada e composta apenas na medida em que venha a servir, no espaço exíguo desse texto, ao entendimento das formulações conceituais – sobretudo naquilo que diz respeito ao uso, mais ou menos regrado, do potencial explicativo que nelas reside.

Definem-se assim duas ênfases, não mais do que apenas duas ênfases, com as quais tentaremos nos orientar. De um lado, a intenção de sugerir uma reincidência histórica, o adensamento de uma categoria teórica, seus campos de aplicação e suas linhas de fuga. Aqui – é bom frisar –, importa menos evidenciar continuidades diretas, recuperações pormenorizadas ou desdobramentos explícitos de certas formulações; mais do que isso, interessa obter um pequeno mapa inicial, uma primeira lâmina cartográfica. De outro lado, a intenção é sondar veios interpretativos e aplicabilidades teórico-metodológicas. Assim, pouco a pouco, nos aproximaremos das fantasmagorias urbanas.

### **Fantasmagorias = Fetichismos**

Dentre os inúmeros comentadores e intérpretes de Walter Benjamin existem poucos consensos. Um deles – talvez o único, poderíamos dizer, caso aceitássemos o risco do exagero e das afirmações excessivamente taxativas – é o fato de que as cidades por ele visitadas ao longo das décadas de 1920 e 1930 adquirem amplos significados culturais, afetivos e políticos em seus textos. O largo conjunto de escritos deixados por Benjamin nos conduz à percepção de uma certa geografia intelectual e íntima em desenvolvimento. Ao priorizar Paris como campo de estudos – como *medium-de-*

*reflexão*<sup>3</sup> – no lendário e fascinante trabalho sobre as *Passagens* (editado no Brasil em 2006), o autor situa a capital francesa justamente no coração dessa particularíssima topografia. Tanto Willi Bolle (2000) quanto Susan Buck-Morss (2002) concordam que vida e obra de Benjamin cruzam-se, confundem-se e traduzem-se graficamente num mapa. Os “espaços” aos quais Benjamin alude são as passagens de Paris – “cemitérios de mercadorias” – e as cidades européias por onde ele passou. Desse modo, Nápoles, Moscou, Ibiza e Marselha encontram-se incorporadas como “frentes de batalha, afeto e reflexão” numa diversidade enorme de escritos. O próprio continente Europeu também pode ser entendido como um desses campos topográficos mapeados e referidos pelo filósofo alemão.

É muito compreensível, portanto, que Paris seja chamada, tão insistentemente, de “Cidade-Espelho” ou “Cidade-Luz”. Para Benjamin, entender a capital francesa como a “capital do século XIX” é entendê-la como um emblema da época, uma síntese do esplendor urbano, da fascinação com a nova era (a modernidade) que ali se inaugurava, repleta de promessas, novas técnicas, novas mercadorias e, sobretudo, novas imagens.

É nesse contexto que irá figurar a noção de “fantasmagoria urbana”. Afinal, na particularíssima filosofia da história benjaminiana, o historiador é um tipo de “profeta às avessas”, capaz de ler o mundo como uma série de fragmentos do passado penetrados no presente. O historiador (-“alegorista”) benjaminiano é aquele que se dirige às ruínas da história, recolhendo seus cacos e compondo uma miríade ou constelação do/no presente. Para Benjamin, as cidades – Paris acima de todas elas – seriam esses espaços de inflexão do arcaico e do novo (MURICY, 2008). Formula-se assim uma fragmentária e singular historiografia, de caráter não-cumulativo, não-linear e profundamente descrente no progresso.

Para tanto, é preciso mergulhar no cotidiano urbano da Paris *fin de siècle*, não só para interpretar ou ler as “fantasmagorias urbanas”, mas para materializá-las, para flertar com elas, tirá-las para dançar, “despertá-las”<sup>4</sup>. Em Benjamin, a noção de fantasmagoria encontra-se associada ao fetichismo da mercadoria, tal como Marx já evidenciara. A fantasmagoria seria uma forma de fascínio estreitamente vinculado às

---

<sup>3</sup> Tradução do termo alemão *reflexionsmedium*, usado por Benjamin para designar a qualidade da obra de arte – ou da cidade, no caso – de proporcionar conhecimento crítico. Mais detalhes em Bolle (1999).

<sup>4</sup> Benjamin leva realmente a sério a cultura de massa, não apenas como *fonte* de fantasmagorias, mas também como fonte das energias coletivas capazes de superá-las (cf. BUCK-MORSS, 2002).

(então) novas tecnologias visuais, ao contingente de objetos à disposição no mercado e ao novo ambiente sensorial da metrópole.

Susan Buck-Morss esclarece:

Benjamin descreveu o espetáculo de Paris como “fantasmagoria” – uma lanterna-mágica das ilusões de ótica, com sua rápida alteração de tamanhos e formas. Marx tinha usado o termo “fantasmagoria” ao referir-se às aparências ilusórias das mercadorias como “fetiches” no mercado. As entradas do *Passagen-Werk* citam relevantes passagens de *O Capital* sobre o caráter de fetiche das mercadorias, descrevendo como o valor de troca oculta a fonte do valor das mercadorias no trabalho produtivo. Mas para Benjamin, para quem o ponto de partida era antes uma filosofia da experiência histórica que uma análise econômica do capital, a chave para a nova fantasmagoria urbana não era tanto a mercadoria-no-mercado, mas a mercadoria-em-exibição, onde o valor de troca e o valor de uso perdiam toda a significação prática, e entrava em jogo o valor puramente representacional (BUCK-MORSS, 2002, p.113).

Benjamin tenta apreender assim um “dar-se a ver”, um novo regime de visibilidade (entre o onírico e o encantatório) que passa a florescer junto ao mundo burguês. Um mundo de “aparências ilusórias”. Para ele, as fantasmagorias urbanas dizem respeito à atividade psíquica não-racional, em afinidade com pulsões e conteúdos inconscientes, como fala Olgária Matos (*in* BENJAMIN, 2006, p.1129). Fantasmagoria, aliás, continua ela, é

o *phantasma* que se presentifica na Ágora (*phantasma-agoreuin*), (...) é a paisagem da onipresença da mercadoria, não mais é possível escapar ao mercado nessa paisagem (...): o sobrenatural religioso do mundo barroco transforma-se no demoníaco que se enraíza no processo da troca mercantil (MATOS *in* BENJAMIN, 2006, p.1130).

No momento de maturação da cultura capitalista, inclusive em seu “berço esplêndido”, estariam sendo acionados antigos imaginários culturais, substratos primitivos da cultura. “Sob a superfície de uma racionalização sistêmica crescente, em um nível ‘onírico’ inconsciente, o novo mundo urbano-industrial foi plenamente re-encantado”, continua Buck-Morss (2002, p.303). Ou seja: no seio do progresso tecnológico, mesmo aí – como Benjamin nos faz ver –, imagens míticas e fantasias arcaicas (sobre a realidade, sobre vida e morte, sobre pestes e catástrofes, sobre fortuna e bem-aventurança, sobre condenação, justiça e salvação divinas) estariam sendo

atualizadas. Para Benjamin, é nas ruas, nas vitrines, na moda, nas peças publicitárias, nas caricaturas, na reprodutibilidade técnica de toda ordem, nas *nouveautés*, nas arcadas, nas catedrais profanas do consumo – os nossos *shoppings*, agora diríamos – que estariam emergindo os fantasmas.

### **Fantasmagorias + Imaginários urbanos**

Décadas depois, noutro registro epistêmico, está o pesquisador colombiano Armando Silva. No livro *Imaginários Urbanos* (2001), Silva dá grande destaque aos “fantasmas<sup>5</sup>” da cidade. Para ele, sondar as fantasmagorias associadas à vida na metrópole é investigar os modos como a cidade é *imaginada* e *subjetivizada* pelos cidadãos que nela residem. Ao longo dos anos 1990, Silva fez, orientou e conduziu diversas pesquisas empíricas em São Paulo e Bogotá. Os fantasmas aos quais o autor faz referência, portanto, são fantasmas paulistanos e bogotanos. De todo modo, para essas investigações, a noção de “fantasmagoria urbana” é um corte arbitrário (ficcional, em certa medida), uma escolha teórico-metodológica e o índice de uma orientação disciplinar. Por sinal, a antropologia, a psicanálise e a semiótica são as disciplinas às quais Armando Silva mais recorre (optando então por vertentes teóricas mais específicas dentro de cada uma delas). Em síntese, o que importa é flagrar os imaginários urbanos<sup>6</sup>, povoados por boatos, lendas urbanas, crenças instaladas, memórias públicas acerca de acontecimentos e personagens históricos. Além, é claro, de fantasmas. Não interessa a cidade tal qual é, a cidade nua e dura, de carne e pedra; interessam os pontos de vista do cidadão, interessam as representações feitas pela coletividade, as lembranças e as imagens mentais compartilhadas, as narrativas em trânsito, estejam elas erradas ou não, deformadas ou não, sejam ou não procedentes. São as facetas da alma da cidade que estão em causa. São as nuances de sua personalidade. Seus humores. “Em outras palavras” – agora é o próprio Silva quem fala –, “saber do ‘fantasma’ é encontrar os *sentidos ocultos* que reativam comportamentos indecifráveis unidos a fantasias, delírios ou neuroses dos seres humanos” (SILVA, 2001, p.54).

---

<sup>5</sup> Silva recorre inclusive à etimologia da palavra “fantasma”, que derivaria do verbo grego *phaino*, que quer dizer “mostrar”, “mostrar-se” ou “ver”. Daí derivam outras expressões, como “epifania”, “fenômeno” ou “fantasia”. Entretanto, há ainda *specio*, que também designa “ver” ou “olhar”, de onde vieram então “espectador” e “espelho”. Etimologicamente, “fantasma”, “fantasia”, “espectador”, “espelho” e “espetáculo” são termos da mesma família.

<sup>6</sup> Outro antropólogo, Néstor García Canclini, também se interessa pelo tema, que discute, aliás, num livro de igual título, *Imaginários Urbanos* (1999). Embora sejam facilmente aproximáveis, as formulações de Canclini e Silva têm nuances e ênfases muito particulares.

O fantasma, inevitavelmente, habita uma zona de imprecisões: pertence ao imaginário, mas vive *como se* fosse real. É uma espécie de intermediário entre a ordem empírica e a ordem imaginária. Nessa área obscura ocorre o *acontecimento fantasmático*. Silva prossegue:

A noção de fantasma levada ao urbano pode possuir interessantes demonstrações na vida social. Na vida psíquica da sociedade, e em seu exercício de vida diária, acontecem fenômenos inexplicáveis ou estranhos que, no entanto, geram atitudes cidadãs. Se não são estranhos, pelo menos são de extrema subjetividade, que só se fazem explicáveis na medida do possível (SILVA, 2001, p.55).

De todo modo, embora seja sempre excessivo e inapreensível – insondável, poderíamos dizer, afinal há sempre um resíduo na vida psíquica –, o fantasma urbano pode ser sim confrontado. Ao menos, podemos nos aproximar dele. Armando Silva aponta três veios da *produção fantasmal*: os fatos de projeção, os saberes culturais e a memória cidadã. Em todos eles ocorrem formas de *espelhamento* (diversos “*espelhismos*”, como é dito).

Vejamos três exemplos. Primeiro: quando perguntados<sup>7</sup>, os cidadãos de Bogotá apontam a cor cinza como a cor mais representativa de sua cidade – coincidentemente, o mesmo foi verificado em relação aos paulistanos. A pergunta de Silva (“qual a cor de Bogotá?”) é bastante ardilosa, afinal não é por *força dos fatos* que podemos aferir objetivamente uma cor (de uma cidade, no caso), mas por *força de projeção*. (“Mas Bogotá é mesmo dessa cor!”, alguém sempre poderá teimar.) O fato é que a pergunta presta-se muito bem à provocação do trabalho paradoxal do fantasma. “Não deixa de assombrar”, continua Silva (2001, p.104), que a cor mais indicada tenha sido o cinza, “cor opaca, alusiva à tristeza, à chuva, ao frio, enquanto que a seguem, também com altos percentuais, cores brilhantes e fortes, como o roxo, o amarelo e o verde”. Além disso, como é relatado, a indicação de uma cor ou outra varia conforme a idade dos entrevistados. A percepção de Bogotá como uma cidade cinza é maior entre aqueles acima dos 50 anos. Há ainda outra variação: a cor que mais representa bairros e setores populares, na capital colombiana, seria o roxo. Em outras palavras: estamos nos projetando na cidade. O fantasma é essa projeção.

---

<sup>7</sup> A equipe de Silva aplicou 550 questionários (entre 260 mulheres e 290 homens), durante os meses de fevereiro e março de 1989.

Segundo exemplo: toda cidade possui aquela outra cidade na qual costuma espelhar-se; toda cidade possui aquela outra cidade que ama odiar e odeia amar. Bogotá diz-se “feia” em comparação com Cali, “a cidade mais linda da Colômbia”, segundo os próprios bogotanos. Os paulistas, para Silva, fazem o mesmo em relação ao Rio de Janeiro<sup>8</sup>. Erigem-se assim dois grandes mitos eróticos: cidades (imaginadas como) frias e feias são colocadas numa (falsa) oposição com cidades (imaginadas como) quentes e emocionantes. Teríamos assim mais insumos às fantasmagorias urbanas, à simbolização (que é também auto-simbolização) imaginária das cidades e à cristalização de certos saberes culturais.

Armando Silva diz ainda – no terceiro exemplo – que é possível localizar fantasmas urbanos nas memórias dos cidadãos. Segundo ele, um percentual extremamente considerável de bogotanos acredita que é possível dividirmos a história da cidade em “antes” e “depois” do assassinato do líder político Jorge Eliécer Gaitán<sup>9</sup>. Há uma fantasmagoria urbana nesse espelhamento do passado no futuro, do presente no passado, “quando se pensa que toda a violência terrível que a cidade vive vem do assassinato de Gaitán e que não podemos livrar-nos dos seus efeitos enquanto o seu fantasma persistir sobre a cidade, como uma alma penada sem redenção social” (SILVA, 2001, p.57).

O arremate de Silva é mais elucidativo:

Nos três casos mencionados há uma produção fantasmal por força dos fatos, por razões culturais ou por memória cidadã. No primeiro caso, temos uma fantasia de maior natureza subjetiva, pois os fatos mesmo que se descrevem, como a cor, possuem tal natureza pessoal. No segundo haveria uma fantasmagoria construída por topologia cultural, pois as referências se produzem por efeitos comparativos do que se conhece, se dá a conhecer ou sobre a forma como se dá a conhecer. Na terceira opção estamos diante de um fantasma histórico, o passado que envolve o futuro. Nos três casos há uma produção imaginária que marca a vida cidadã pelos fatos, pela cultura, pela história (SILVA, 2001, p.57).

### **Fantasmagoria: Sociofobia**

---

<sup>8</sup> É bom não esquecer que tais sondagens foram feitas ao longo dos anos 1990. Seria curioso ver como estariam se atualizando, ver novas fantasmagorias ganhando corpo, enquanto outras poderiam estar hoje perdendo terreno e sendo superadas. Fantasmas urbanos também morrem?

<sup>9</sup> Gaitán faleceu em 09 de abril de 1948, aos 50 anos. Foi político e advogado, candidato popular do Partido Liberal à Presidência da República para o mandato de 1950-1954. Eram altas as probabilidades de ser eleito nas eleições de 1949, devido a seu grande apoio popular, em particular das classes média e baixa. Seu assassinato em Bogotá provocou enormes e violentos protestos. Um deles ficou conhecido como *El Bogotazo*.

Num artigo bastante conhecido, intitulado “Comunicação e cidade: entre meios e medos” (1998), Jesús Martín-Barbero sustenta que o exame dos vínculos entre processos midiáticos e processos urbanos precisaria se dar pelo reconhecimento do funcionamento e do protagonismo dos meios na tessitura da cidade. Mais fundamentalmente, precisaria passar também pelo reconhecimento e pela identificação dos medos com os quais as mídias operam. A natureza dessa operação midiática sobre (e com) os medos públicos é justamente a tônica central do artigo.

Não se pode compreender os processos de comunicação, alega Martín-Barbero, focando-se apenas nos meios. Ao contrário, só podemos entendê-los mais integralmente levando em conta os processos urbanos de comunicação, as mudanças na noção de espaço público, os novos arranjos (ou, às vezes, dissoluções) percebidos nas fronteiras entre o público e o privado, as dinâmicas de uma “nova cidade”, caracterizada por fluxos e cada vez menos por encontros e efetiva comunicação – a “comunicação” aqui, vale dizer, é tomada pelo autor num sentido um tanto quanto utópico, como uma forma de “comunhão dialogal”, digamos assim, um espaço puro de entendimento. Estudar a comunicação, “a efetiva comunicação”, continua ele, seria estudar menos as mídias e mais os medos associados à vida pública, associados à vida na rua, na praça e nos demais espaços abertos da cidade. Afinal de contas, é desse repertório de temores, angústias e receios diversos que as mídias acabam se valendo (e ao qual acabam conferindo também uma particular dinamização).

Os novos medos, entretanto, não são unicamente relacionados à violência, à criminalidade e à insegurança, mas se devem a uma angústia muito mais profunda. Nas palavras de Martín-Barbero, esta seria uma “angústia cultural”, definida 1) pelo desenraizamento coletivo nas cidades, 2) pela normalização/normatização das diferenças na cidade – sustenta-se que a diferença, mais freqüentemente, acaba tornando-se mero objeto de museu; a cidade tornaria-se assim um homogeneizador tão poderoso quanto os próprios meios –, e 3) pela ordem que a metrópole nos impõe: a ordem do temor ao outro.

Embora sem uma preocupação comunicacional mais marcada, regulando o pessimismo com algumas doses de fina ironia, a argumentação de Mike Davis, num de seus últimos livros, *Cidades Mortas* (2007), dá certa continuidade às considerações de Martín-Barbero. Dedicado ao entendimento da sociofobia contemporânea, sobretudo



norte-americana, Davis menciona então alguns dos principais medos (ou “fantasmas”) pós-11/09. Segundo ele, os anos que antecederam a data fatídica dos atentados contra o World Trade Center foram de uma ansiedade inexplicável.

Ainda que agora pareça risível, milhões de pessoas supostamente tremiam diante das ameaças ocultas de helicópteros negros, asteróides assassinos, adolescentes violentos, lembranças recuperadas, mal de Lyme, crianças satânicas, fúria nas estradas, vírus Ebola, cartéis da droga colombianos, vírus de computador e espiões atômicos chineses (DAVIS, 2007, p.14).

Cientistas sociais e teóricos da cultura reconheciam, mesmo à época, há cerca de oito anos, talvez mais, que os americanos sofriam de algo como uma hipocondria coletiva aguda. “Nas vésperas do não-apocalipse do Bug do Milênio, os ‘Estudos sobre o Medo’ – ou Sociofobia, como são chamados – tinham emergido como o mais interessante nicho acadêmico recente” (DAVIS, 2007, p.15).

Entretanto, como num exorcismo às avessas, os ataques vieram e muitos acharam que estavam assistindo cenas do último filme de Bruce Willis. Quando Orson Welles levou ao ar *A Guerra dos Mundos*, em 1937, a ficção fora entendida como real. Agora, o real estava sendo tomado como ficção. Uma lógica implacável se impunha: a improbabilidade do acontecimento era equivalente à familiaridade de sua imagem. Vários filmes – *Epidemia* (EUA, 1995), *Independence Day* (EUA, 1996), *Nova Iorque Sitiada* (EUA, 1998) e *A Soma de Todos os Medos* (EUA, 2002) são apenas alguns – haviam contribuído para criar esta sensação de familiaridade com a catástrofe. O americano médio era um hipocondríaco que havia contraído, de fato, a doença que tanto temia. Tão esperado, o mal comparecera. A fantasmagoria urbana, na abordagem de Davis, seria essa espécie de “estranheza interminável”, porém duramente familiar, causada pela quebra traumática da fronteira entre fantasia e realidade<sup>10</sup>.

### **Fantasmagorias & Materialidades da comunicação**

No espaço da Comunicação, os trabalhos que gravitam em torno do teórico alemão Hans Ulrich Gumbrecht (ex-discípulo de Hans Robert Jauss e um dos principais fomentadores da *estética da recepção*) vêm convergindo no sentido da elaboração de

---

<sup>10</sup> Davis (2007) relata o episódio em que o prefeito de Chicago se vê obrigado a pronunciar-se na tevê para garantir à população, então em pânico, temendo um novo e ainda mais fulminante ataque, que uma mancha de guacamole encontrada numa das calçadas da cidade não era uma espécie de vírus mortal.

uma *teoria das materialidades da comunicação*. Em caráter ainda exploratório e aproximativo, pesadamente atravessados por contribuições dos estudos literários (da história da literatura e da crítica literária), os estudos modelizados por Gumbrecht (1998a, 1998b) – que nos são competentemente apresentados por João César de Castro Rocha (1998), Simone Sá (2004) e Erick Felinto (2006) – também nos permitem sondar as fantasmagorias urbanas (e, claro, associadas a elas, as fantasmagorias comunicacionais, como veremos).

Pode-se dizer, com alguma segurança, que a publicação recente de *A Imagem Espectral. Comunicação, cinema e fantasmagoria tecnológica* (2008), do pesquisador e professor carioca Erick Felinto, coloca-se justamente nessa seara de trabalhos. Ao menos, estabelece produtivos diálogos com a perspectiva de Gumbrecht, Friedrich Kittler e outros autores contemporâneos igualmente preocupados com as materialidades e as tecnologias da comunicação (como Jeffrey Sconce, por exemplo).

Felinto desenvolve a seguinte idéia: quer existam de fato ou não, os fantasmas são importantes *entidades culturais*. Nessa condição precisam ser lidos, pois estariam revelando algo sobre o modo como cultura e tecnologia se relacionam, se regulam e se acoplam. Uma história cultural das fantasmagorias – como o livro nos mostra – está atravessada por menções às ferramentas tecnológicas de que dispomos em cada época, em cada período histórico. O inverso também é verdadeiro: a história cultural das próprias tecnologias da comunicação está igualmente atravessada por um rol incontável de sombras, projeções diversas, ilusões de toda monta, espectros e outras aparições fantasmáticas.

Entre fantasmagorias e tecnologias midiáticas ocorrem associações de várias ordens: primeiro, como um tipo de tematização, como conteúdo, como entretenimento muito freqüente nas mídias (seja no cinema de massa ou nos filmes japoneses de horror, que o autor acompanha mais de perto); segundo, as tecnologias são vistas, também muito frequentemente, como instrumentos mágicos, como portais que permitiriam acesso a outros mundos, a universos distantes, muitas vezes inimagináveis (não é raro que os dispositivos técnicos sejam realmente usados por *médiuns*, ilusionistas, clarividentes ou parapsicólogos<sup>11</sup>); terceiro, os próprios fantasmas podem ser vistos como *aparatos visuais* (logo, como mídias). Assim, como diz Felinto (2008, p.19),

---

<sup>11</sup> Nesse sentido, os filmes *O Ilusionista* (EUA, 2006), de Neil Burger, e *O Grande Truque* (EUA, 2006), dirigido por Christopher Nolan, são bastante sugestivos.

“parece existir algo na própria configuração técnica desses meios, em sua *materialidade* mesmo, que convoca as imagens e o imaginário das fantasmagorias”.

Reportando-se ao filme *A Espinha do Diabo* (ESP, 2001), do cineasta mexicano Guillermo del Toro, Felinto enumera as seguintes características do fantasma: 1. o fantasma é um momento congelado no tempo, uma temporalidade quebrada (não-linear ou cíclica); 2. o fantasma é uma imagem instável (não é clara nem prontamente reconhecível – como “uma fotografia fora de foco”); 3. o fantasma habita territórios imprecisos, é uma figura das margens; 4. o fantasma expressa um acontecimento dramático (FELINTO, 2008, p.21).

A imaginação sociológica de Erick Felinto nos mostra, muito oportunamente, que práticas de virtualização e simulação de presença, bem como processos de mediatização, não são assim tão estranhos ou alheios ao imaginário das fantasmagorias. De algum modo, os fantasmas colocam-se à espreita sempre que nos representamos e nos imaginamos.

...

Abordar aqui as fantasmagorias comunicacionais e, fundamentalmente, as fantasmagorias urbanas é dar andamento ao projeto de pesquisa “Novas figurações do grafite”, que desenvolvemos, desde março de 2007, junto ao PPGCCOM da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, em São Leopoldo – RS. Em nosso percurso investigativo, nos deparamos, em muitos momentos, com alguns materiais midiáticos que nos impulsionavam à tematização dos fantasmas urbanos. A discussão, como se vê, não é gratuita nem desmotivada. De tempos em tempos, o tema se insinuava, sugeria-se em meio aos registros fotográficos, aos vídeos-documentários ou mesmo em certas imagens de grafite que estávamos catalogando (com vistas à constituição de nosso *corpus* empírico). Sendo assim, cedo ou tarde, precisaríamos construir mapas conceituais e quadros de referência teórica que permitissem contemplar um pouco melhor esses materiais. Os registros sobre *Graffiti Palace* estão entre eles.

### ***Graffiti Palace***

A localidade conhecida como *Graffiti Palace* situa-se na área industrial da cidade de Gent, na Bélgica, à margem do rio Schelde. O lugar é muito similar a um pequeno vilarejo, com algumas poucas ruas e alguns espaços vagos para estacionamento (diversos espaços vagos, na verdade). Há um edifício central, mais imponente, onde encontramos uma cozinha, uma cafeteria e um amplo salão para a realização das refeições (como é fácil supor!). De resto, alguns outros prédios, menores e mais acanhados, todos eles abandonados, alguns hangares, oficinas e diversos escritórios vazios. Tonéis antigos e enferrujados, telhas quebradas, vigas de madeira partidas ao meio e cadeiras há muito imprestáveis somam-se à grama já alta, que não cansa de crescer ainda mais por entre as frestas das paredes, as rachaduras do piso e do asfalto. Nas proximidades, há uma estrada de ferro. A desolação, em síntese, é o cenário<sup>12</sup> (cf. imagens abaixo).



O que mais chama atenção, entretanto, é a quantidade enorme de grafites espalhados pelos muros úmidos dos prédios abandonados. São diversas formas

---

<sup>12</sup> As fotografias são de Henk van Rensbergen. Estão disponibilizadas no *site* [www.abandoned-places.com](http://www.abandoned-places.com). Consultado em 31 de outubro de 2007.

humanas, muito coloridas, em traços um tanto infantis, cercadas por alguns poucos dizeres (*tags*, muito possivelmente). Destacam-se, sobretudo, as faces humanas. São as únicas que povoam o local. Há muita expressividade em cada um dos olhares daqueles dois bonecos jocosos – crianças uniformizadas que parecem estar brincando, que quase acrescentam maior movimento e até mesmo algum alarido à monotonia decrépita do cenário. Há também o olhar turvo e enigmático de, pelos menos, duas dentre as três adolescentes grafitadas em distintas tonalidades de azul.



Como entender os grafites de Gent? Como apreendê-los? Para retomar Benjamin, caberia perguntar qual o “valor puramente representacional” desses grafites, na medida em que a representação não tem, a rigor, alvo (ou público-alvo). Afinal de

contas, para quem se exibem os grafites em Gent? Desconsiderando-se o fato de que foram fotografados e de que foram vistos por quem os fez – pela *crew* ou por aquele que, talvez por hábito, freqüente a localidade, com o propósito maior de lá deixar suas inscrições e imagens grafitadas –, quem mais os veria? Turistas muito acidentais? Curiosos ocasionais? Andarilhos? Eventuais moradores de rua? Ausente o olhar do passante, ausente também o impressionamento citadino, silenciado enfim o murmúrio público, teríamos ainda grafite, na medida em que uma certa dimensão de publicização é inerente e até vital à grafitação? Tais manifestações não estão justamente a desconsiderar a necessidade (política, poderíamos dizer) de visibilidade pública com a qual os grafites dos grandes centros urbanos operam e se definem? Sendo assim, *Graffiti Palace* seria meramente uma espécie de laboratório de testes ou clube privê, onde o(s) grafiteiro(s) pode(m) trabalhar na mais absoluta tranqüilidade, sem enfrentar os riscos e os policiamentos de sempre. Mas isto, por si só, já não muda, em considerável medida, a natureza das inscrições ali deixadas? Há aqui algum tipo de fantasmagoria urbana?

No mínimo, pode-se dizer que há ali duas temporalidades presentes (ou co-presentes). De um lado, a temporalidade da ruína, da materialidade arrasada e abandonada da cidade, das superfícies gastas, carcomidas, dos vidros quebrados, etc. O passado morto. De outro, a temporalidade do grafite – inscrições mais recentes, muito provavelmente –, traduzindo-se, sobretudo, na pregnância e na vivacidade das cores, na textura ainda intocada dos materiais cromáticos.

O fantasmagórico floresce assim nesse hiato, nessa temporalidade cindida, tensionada por dois vetores contrários – um deles apontando para o passado, a falência e a morte, o *tempo ido*; outro, apontando para o presente efêmero, com todos os vestígios de uma vitalidade significativa, o *tempo do agora*. Curiosamente, o grafite em Gent é uma mediação fantasmática expressa (ou a expressão de uma mediação fantasmática), fazendo com o que o efêmero e o eterno possam coexistir. O próprio lugar que aquelas imagens ocupam – “imagens despertadas”, comoalaria Benjamin – é também um lugar liminar, semi-ocupado, nas margens do abandono.

Os grafites em Gent – saibam ou não, intuam ou não aqueles que ali os deixaram – performatizam uma luta contra o curso inexorável e natural do tempo. Criam-se ali imagens simultaneamente efêmeras e duradouras, cuja força está em expor o cruzamento do temporal e do eterno. Aparentemente ingênuas, como se fossem garrafas

jogadas ao mar, as peças ali grafitadas possuem uma força reparadora, que é também, de algum modo, um inacabamento constitutivo. Como os fantasmas, sua densidade semântica é seu *vultus futuro*.

## REFERÊNCIAS

- BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte – MG: Editora UFMG; São Paulo – SP: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.
- BOLLE, Willi. A metrópole como *médium-de-reflexão*. in: SELIGMANN-SILVA, Márcio (org.). **Leituras de Walter Benjamin**. São Paulo: FAPESP; Annablume, 1999.
- \_\_\_\_\_. **Fisiognomia da Metrópole Moderna**. Representação da história em Walter Benjamin. São Paulo: FAPESP/EDUSP, 2000.
- BUCK-MORSS, Susan. **Dialética do Olhar**. Walter Benjamin e o Projeto das Passagens. Belo Horizonte – BH: Ed. UFMG; Chapecó – SC: Argos Editora Universitária, 2002.
- CANCLINI, Nestor García. **Imaginários Urbanos**. Buenos Aires: Editorial Universitária de Buenos Aires, 1999.
- DAVIS, Mike. **Cidades Mortas**. Rio de Janeiro – RJ; São Paulo – SP: Editora Record, 2007.
- FELINTO, Erick. **Passeando no Labirinto**. Ensaios sobre as tecnologias e as materialidades da comunicação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.
- \_\_\_\_\_. **A Imagem Espectral**. Comunicação, cinema e fantasmagoria tecnológica. Cotia – SP: Ateliê Editorial, 2008.
- FLUSSER, Vilém. **Phantom City**. La ciutat espectre. Barcelona: Fundación Joan Miró, 1985.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Modernização dos Sentidos**. São Paulo: Ed.34, 1998a.
- \_\_\_\_\_. **Corpo e Forma**. Ensaios para uma crítica não-hermenêutica. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1998b.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Comunicação e cidade: entre meios e medos. *Novos Olhares* – Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Midiáticos. São Paulo: ECA/USP, ano 01, n.01, 1998, p.05-09.
- MATOS, Olgária. *Aufklärung* na Metrópole. Paris e a Via Láctea. in: BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte – MG: Editora UFMG; São Paulo – SP: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006, p. 1123-1140.
- MURICY, Kátia. Os espaços alegóricos de Walter Benjamin. in: MARGATO, Izabel; GOMES, Renato Cordeiro (orgs.). **Espécies de Espaços**. Territorialidades, literatura, mídia. Belo Horizonte: EDUFMG, 2008, p.19-36.

ROCHA, João César de Castro. Homens e máquinas: metáforas de transporte. Por uma história nos períodos de transição. *in*: ROCHA, João César de Castro (org.). **Intersecções**: a materialidade da comunicação. Rio de Janeiro: Imago, Ed. UERJ, 1998, p.177-187.

SÁ, Simone. Explorações da noção de materialidade da comunicação. *Revista Contracampo* – Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói – RJ, edição especial, número duplo (10/11), 2004, p.31-44.

SILVA, Armando. **Imaginários Urbanos**. São Paulo: Perspectiva; Bogotá: Convênio Andrés Bello, 2001.

Porto Alegre – RS, 27 de junho de 2009.