Wilton Garcia

Doutor em Comunicação pela ECA/USP e Pós-Doutor em Múltiplos meios pelo IA/UNICAMP. Docente da Fatec Itaquaquecetuba e do Mestrado em Comunicação e Cultura da Uniso.

Paulo Celso da Silva

Doutor em Geografia pela USP e Pós-Doutor pela Universitat de Barcelona. Professor e Coordenador do Mestrado em Comunicação e Cultura da Uniso.

**Paisagem contemporânea
da cidade opaca**

**Landscape of contemporary
opaque city**

**Paisaje contemporánea
de la ciudad opaca**

RESUMO

Este texto apresenta uma discussão a respeito da paisagem contemporânea, ao considerar aspectos técnicos, estéticos e éticos, que se conduzem a partir da cultura digital. Na expectativa de promover um ensaio, a problematização inscreve uma ideia metafórica de *cidade opaca*. O percurso metodológico constitui-se por uma proposta reflexiva sobre objetos e contextos – pensados no âmbito da comunicação e da cultura. E o embasamento teórico ocorre por *estudos contemporâneos*, a inscrever experiência e subjetividade como categorias discursivas. O resultado enuncia a tecnologia atual na compreensão de mercado-mídia e consumo, em uma perspectiva que transversaliza anotações estratégicas de mediação hipermediática. Palavras-chave: Cidade opaca; Paisagem; Contemporâneo.

ABSTRACT

This paper presents a discussion of contemporary landscape by considering technical, aesthetic and ethical aspects, which lead from the digital culture. In anticipation of promoting an essay, the questioning inscribes an idea (the metaphor) of *opaque city*. The methodological approach is constituted by a reflective purpose of objects and contexts – thought in communication and culture. And the theoretical basis is by *contemporary studies*, enrolling experience and subjectivity as discursive categories. The result outlines the current technology in understanding market-media and consumption, in a perspective that cuts across strategic notes of hypermedia mediation. Keywords. Opaque city; Landscape; Contemporary.

RESUMEN

Este artículo presenta una discusión de paisaje contemporáneo, considerando aspectos técnicos, estéticos y éticos, que van de la cultura digital. En previsión de la promoción de una prueba, la parte problemática una idea metafórica de *ciudad opaca*. El enfoque metodológico está constituido por una propuesta reflexiva de objetos y contextos – pensado en la comunicación y la cultura. Y la base teórica es por los *estudios contemporáneos*, a inscribir la experiencia y la subjetividad como categorías discursivas. El resultado enuncia la tecnología actual en la comprensión de mercado-media y consumo, en una perspectiva que transversaliza anotaciones estratégicas de mediación hipermedia.

Palabras clave: Ciudad opaco; Paisaje; Contemporáneo.

Submissão: 2-3-2015

Decisão editorial: 3-7-2017

atrocaducapacaustiduplielastifeliferofugahistoriloqualubri
Mendimultipliorganiperiodiplastipubli rapareciproustisagas
Implitenaveloveravivaunivora
cidade
city
cité

Augusto de Campos (1986)

A cidade contemporânea pode ser investigada a partir de vários fatores que a formam, tais como: estrutura (Escola de Chicago), sistema (SANTOS, 1996), palimpsesto (CARRERAS, 1993), interação (CLAVAL, 1981), ponto de concentração (MUMFORD, 2008), forma (RONCAYOLO, 1986), signo (FERRARA, 1993), subjetiva (GUATTARI; ROLNIK, 1986), informacional (CASTELLS, 1989); apenas a citar alguns exemplos. Ainda que haja uma abordagem complexa para a leitura, as variações implementam uma discussão a respeito de qualquer visualidade, em especial a opacidade recorrente na cidade contemporânea – vide epígrafe citada. A visualidade da/na cidade está ligada à concretude, ao universo dos fenômenos físicos onde estamos imersos e se relaciona com a visibilidade (CASTRO, 2012). Essa situação deve ser observada em sua interação, uma vez que participamos da fruição do conhecimento que se mistura, mescla pela vida

afora. Isso (re)configura a cidade como elemento sócio-político da experiência humana, na idiossincrasia de territórios opacos.

Diante do exposto, este texto apresenta uma discussão a respeito da paisagem contemporânea da *cidade opaca*, ao considerar aspectos técnicos, estéticos e éticos, que se (re)conduzem a partir da cultura digital e das *tecnologias emergentes*. Na expectativa de promover um ensaio reflexivo (crítico-conceitual), a problematização inscreve uma ideia metafórica de *cidade opaca*. Os critérios formais para o formato de ensaio, como condição adaptativa incluem apontamentos teóricos e políticos – em um posicionamento social –, ao assimilar traços, fragmentos e vestígios da sociedade contemporânea. A inquietação sobre processos tecnológicos emergentes circundam a produção de imagens contemporâneas. A cultura digital convoca a sociedade ao “novo/outro” paradigma de uma hipervisualidade (KEEN, 2012), a qual (re)estabelece as formas de composição da informação contemporânea, na (inter)cambialidade entre real, virtual e atual (LÉVY, 1996). Seria, talvez, a extensão do que se pode e/ou se deve atualizar. O digital (re)inscreve, estrategicamente, os códigos da linguagem, a seguir seus referentes e suas representações, entre os quais está a imagem.

No desenvolvimento deste texto, delineiam-se três etapas: a primeira, *Acerca da Paisagem*, discute sobre a paisagem contemporânea elencada tanto na visualidade quanto na visibilidade; a segunda, *Acerca do Cotidiano*, exprime inquietações que contextualizam a cena contemporânea; já a terceira, *Desfecho*, tange ideias sobre “novas/outras” perspectivas críticas a indicar a *cidade opaca*. Sem dúvida, o debate

dessas questões extrapola o enlace de comunicação e cultura na atualidade.

Acerca da Paisagem

Para o intento desta proposta investigativa, não se faz necessária uma exaustiva explanação do conceito de paisagem, mas um recorte que possibilite encontrar a visualidade e a visibilidade ligadas ao cotidiano. Sendo assim, podemos afirmar com Edward Soja (1993, p. 191): “a paisagem tem uma textualidade que estamos apenas começando a compreender, pois só recentemente pudemos vê-la por inteiro e lê-la com respeito aos seus movimentos mais amplos e seus eventos e sentidos inscritos”. Isso se verifica na decorrência da globalização em curso (SANTOS, 1996). Portanto, melhoramos significativamente as condições – técnicas, humanas, científicas e/ou estéticas – de conhecer e reconhecer o planeta, a partir de dispositivos tecnológicos. Muito embora, ainda caiba a ética. Contudo, vamos nos ater ao conceito de paisagem, que teve sua origem na China do século IV e pode ser dito de duas maneiras:

Shanshui (montanha, água – 山水 – shan-shui) e *fengjing* (paisagem, cenário – 风景 – fēngjǐng)... a primeira traz a ideia de centro e a segunda nos serve para ilustrar como o conceito de paisagem alude dentro de suas significações a este tema da unidade do sábio com a natureza ou o TAO (MEZCUA LÓPES, 2007, p. 58, nota 45 – nossa tradução).

É interessante notar como a noção central da paisagem chinesa desenvolvida, e adotada mais de mil anos depois no ocidente, foi simplificada e esvaziada de sentido até ser indicada pela ciência mo-

derna como apenas o “imediato da visão”; ou seja, um momento da experiência. A paisagem, então, emerge com o sentir que pulsa no sujeito. Na China, ao contrário, como apresenta Mezcua Lopes (2007, p. 58-9 – nossa tradução):

... a disposição de uma montanha diante da mesma porta do jardim faz com que se oculte a paisagem para continuar o jogo que se planteia no caminho do jardim. Esta comunicação indireta, esta não-ação que atua de acordo com o Tao é outra estratégia, que aplicadas à linguagem estética, nos dá a chave para compreender como o artista da paisagem ou o pintor adequa-se a esse transcorrer do Tao, emulando não a aparência externa das formas, mas o modo de atuar da paisagem. Seguindo com este sentido aberto da linguagem da estética chinesa, devemos analisar, como esta, em sua aplicação na arquitetura, nos dá uma concepção do espaço onde acima de tudo se destaca a integração entre os espaços interiores e exteriores. Porém, para iluminar melhor o sentido integrador dos espaços arquitetônicos, é conveniente examinar o significado do caráter *jing* (paisagem) e sua interação com o caráter *qing* (emoção). A paisagem engendra a emoção e a emoção engendra uma paisagem mental. Os dois conceitos estão em íntima reciprocidade na experiência estética. Sem emoção não há paisagem e sem paisagem não há emoção. O conceito de paisagem surge, assim, somente em um nível onde a experiência estética tem lugar, quando a emoção se faz paisagem e vice-versa, e quando há uma comunicação total entre sujeito e objeto. Nesse sentido, há um caráter de interação mútua, não se pode entender um sem o outro, tanto o entorno natural como a paisagem da pintura o da poesia tem a mesma natureza, posto que os dois emanem da mesma fonte, a união do sujeito com o Tao. A experiência estética, desse ponto de vista, tem um caráter único e inseparável. A paisagem real não é distinta

da paisagem imaginada posto que os dois pertençam à esfera do sentimento e da emoção enquanto entram em jogo recíproco. As duas paisagens (a real e a imaginada) engendram-se uma à outra no centro da emoção da experiência estética.

Atenta-se à palavra caráter, como quadro de qualidades e estados de uma coisa, percebe-se a força que a paisagem possui na formação da subjetividade. E, para os chineses, não havia sentido em pensar na relação sujeito-objeto quando se tratava da paisagem, pois ambos estavam imbricados na experiência com o mundo. E, se a paisagem apresentava-se ao artista, ele “retribuía” ao devolver o resultado para o deleite estético dos demais. O dado intrínseco do sujeito equaciona direto ao ambiente extrínseco. Há uma interação tão intensa que, no limite, poderíamos dizer que tudo é paisagem-emoção-paisagem infinitamente. E essa interação enuncia circunstâncias comunicacionais das imagens. Entretanto, Augustin Berque (1994 e 1998) desenvolveu o tema da paisagem nesses moldes ao considerá-la como marca que expressa à civilização e, também, uma matriz, pois participa da cultura:

A paisagem é uma marca, pois ela expressa uma civilização, mas é também uma matriz porque participa dos esquemas de percepção, de concepção e de ação – ou seja, da cultura – que canalizam, em um certo sentido, a relação de uma sociedade com o espaço e com a natureza e, portanto, a paisagem do seu ecúmeno (BERQUE, 1998, p. 84-85).

Para o geógrafo francês, a paisagem guarda o componente abstrato que está no objeto e no sujeito (para uma denominação ocidental), ao mesmo tempo compondo e interagindo. Disso, ressalta a imagem

como informação visual eminente. Assim, o oriente (*shanshui*) e o ocidente (paisagem) aproximam-se mediante a relação com o ambiente mediada pela paisagem/*shanshui*, ao demonstrar que, nesse ponto, isso não é exclusividade deles (BERQUE, 1994, p. 5).

A paisagem da cidade aponta para o fato de que, nela, não há uma cisão entre o que não é visual e o que é. Assim como o cotidiano, ela parece ser intransferível, única e, de certa maneira, inevitável. O visível e o invisível caminham juntos. A exploração do espaço inscreve uma experimentação contemporânea capaz de a(d)icionar diferentes camadas do olhar entre diversas condições adaptativas da visualidade e da visibilidade.

Ao se debruçar sobre *As cidades invisíveis* (1990), de Italo Calvino, Nelson Brissac Peixoto (1992, p. 437) afirma:

As cidades, mais do que qualquer outra paisagem, tornaram-se opacas ao olhar. Resistem a quem pretenda explorá-las. Uma simples panorâmica não dá mais conta de seus relevos, de seus rios subterrâneos, da vida latente em suas fachadas. Tornaram-se uma paisagem invisível. Um outro paisagismo é requerido para retratar seus horizontes que nunca resplandecem. Uma visão que se atenha ao encanto oculto em impressões fugazes, detalhes arquitetônicos, lembranças, nomes...

Se tal leitura sobre a paisagem urbana constitui evidências de uma marca cultural como a imagem e sua expressão, experiência e subjetividade ganha destaque nessa ideia metafórica de *cidade opaca* (ver a discussão no desfecho), uma vez que se (des) dobra em seu percurso informacional. A dimensão ideológica acerca da paisagem impulsiona resultan-

tes divergentes, as quais apontam para variedades de olhares. A paisagem recebe *status* na imediatez do cotidiano pelo emblemático simbolismo, com que surge carregada à cultura local e seus pertencentes. E esse *status* pode ser reconhecido pelos traços encontrados no seu território, cuja visibilidade garante ora o reconhecimento, ora o estranhamento de quem, não reconhecendo a paisagem, também, não se vê/lê pertencente.

A pertença instaura a condição social do sujeito e seu respectivo envolvimento – concerne a uma parcela da cena. E o identificar da paisagem refere-se à participação por determinado tipo de reconhecimento visual. De modo efetivo, é fazer parte da situação que opera o observar e o perceber. E isso requer uma condição ontológica – de SER/ESTAR do sujeito. O que acrescenta e inclui sua efetiva participação, para além do pensar e do agir. Como predicação complementar das representações sociais, estrategicamente, a pertença institui uma compreensão inclusiva do sujeito à paisagem e vice-versa. A paisagem, também, garante-se na cena para além de sua própria visibilidade; o que alarga os substratos da visibilidade.

Nesse fluxo, o termo imagem – do latim *imago* – estende à paisagem; o que comporta um estado sensível de experiências visuais e informações. No contemporâneo, a imagem surge em uma proposição ambígua, pois flutua paradoxalmente entre a materialidade, a virtualidade e a atualização das chamadas *tecnologias emergentes*. O que não escapa aos olhos do usuário-interator. Contornos da paisagem absorvem infinitas variedades de expressões, perante o/a observador/a que diseca a imagem – longe da ideia de exaustão e/ou esgotamento visual da informação.

Apenas como o “imediato à visão” do senso comum, a paisagem perde a complexidade da visualidade-visibilidade que a caracteriza como fenômeno identitário considerável, inclusive para aqueles atores/atrizes – visto ser a fonte no processo – que pensam e produzem valores ao utilizar a música, as artes plásticas, a literatura etc. E, também, para quem não existe uma separação entre o que é visual e aquilo que não é.

A opacidade advém mais dos usos da cidade do que do brilho das paisagens. Nesse fluxo, cabe uma explicação sobre os conceitos que ponderamos para paisagem, lugar e cidade. Eis a *cidade opaca* como metáfora. De escalas geográficas, tais conceitos atentam a uma GEOGRAFIA DA COMUNICAÇÃO, inclusive ao relacionar mídia e cidade (SILVA; GARCIA, 2014) aceita como subárea do conhecimento – se refletirmos sobre as ciências sociais aplicadas – para questionar a realidade que se apresenta ao/à pesquisador/a. Incluímos ainda o cotidiano e a cotidianidade (*Alltäglichkeit*), para o primeiro conceito. Lefebvre (1991, p. 19) trata como “conjunto de atividades em aparência modestas, como conjunto de produtos e obras bem diferentes dos seres vivos”, o reino da repetição e do banal, mas deve ser pensado pelas ciências, principalmente a filosofia, pois o “conceito de cotidianidade provem da filosofia (...) e (...) exprime, antes de tudo, a transformação do cotidiano vista como possível” (LEFEVBRE, 1991, p. 19).

Outras possibilidades de visualidade e visibilidades podem ser alcançadas mediante a arte na cidade (PEIXOTO, 2002), ao ver o invisível (PEIXOTO, 1992). Tentar observar a cidade – em situações complexas que interferem no cotidiano da paisagem – pode

ser uma das alternativas para artistas (re)pensarem a urbanidade da metrópole em derivações estéticas, que ultrapassam o senso comum da visualidade e da visibilidade. Uma exposição fotográfica de Lluís Bussé (2012) remete à cidade surreal sonhada, desejada, idealizada, sentida e vivida no cotidiano da arquitetura moderna de Barcelona como surfista em ação na praça principal da cidade, ao deslizar por uma onda. Indica o artista que a obra *Barcelona Multiverse* seria uma seleção de montagens que (re)formulam paisagens fantásticas e cenários, até agora, nunca vistos na capital catalã baseada na teoria *multiverse* (GLEISER, 2012). Em meio à visualidade contemporânea, essa obra aborda a possibilidade de distintos universos paralelos que compartilham as mesmas leis físicas e apresentam grande semelhança entre si – por exemplo, o caminhar como arte (MARINHO, 2009). Consequentemente, a ideia de paisagem traduz um horizonte preciso, focado no agenciamento/negociação de produtos, marcas e/ou serviços.

Acerca do Cotidiano

Eminentemente, o cotidiano (re)vela a potência do viver e do experimentar, porque se torna inerente ao sujeito e sua contextualização no mundo. O que vivifica a condição adaptativa de SER/ESTAR do sujeito contemporâneo ajuda a prevalecer “novos/outros” desafios cotidianos. Trata-se de uma presencialidade recorrente ao hábito que se acostuma exercitar, sem muitas mudanças (GUMBRECHT, 2010). A cada instante, surge uma novidade a acrescentar elementos e valores. São mudanças que se pontuam em determinado (re)corte de tempo-espço. O que acontece na recorrência dos fatos. Imediato, agora. Nessa esteira,

o cotidiano (re)elabora a paisagem da cidade contemporânea – em esforços providenciais assimilados pelo dia-a-dia – em sua complexidade imagética: tanto da ordem da visualidade quanto da visibilidade concomitantes, conforme já destacado neste texto.

O cotidiano e sua dimensão temporal de imediatez foram estudados por Milton Santos (1996, p. 257) como a quinta dimensão do espaço, a dimensão do acontecer, do viver, da existência. Talvez, seria perceber o que acontece no entorno. Nessa dimensão, a escala individual da ação é a da emoção e sua ordem simbólica enquanto força para transformação social. Esta última instaura-se a partir de instâncias estratégicas ponderadas por um tipo de ação (des/re)locada, que convoca um olhar mais humanizado para se perceber e vivenciar a vida.

A partir do campo da comunicação, Nizia Villaça (2011, p. 81-2) afirma:

As discussões em torno de investimento/esvazamento simbólico do espaço, seja ele público, privado, seja urbano, vêm se multiplicando na atualidade. A velocidade das transformações contemporâneas faz com que cada vez mais o espaço não seja visto como exterior ao sujeito, seu cenário, coisa extensa, passando a elemento constitutivo de sua estruturação. Pensar a crise que atinge o homem contemporâneo é pensar seu imaginário, os processos de subjetivação, suas representações do tempo e do espaço. Melhor do espaço/tempo. Os enfoques do assunto nos diversos campos do saber, vão dos apocalípticos espaços desertificados pelos progressos, pelos fluxos globais e espaços virtuais ao apelo às cidades referenciais, com histórias e memórias bem construídas. Nos interstícios dessas duas posições extremas, constroem-se outros imaginários espaciais, criados pelo investimento pontu-

al de pessoas e grupos, desenha-se a possibilidade do reinvestimento simbólico, seja no real, seja no virtual.

Desse jeito, a noção de cotidiano (inter)liga-se, necessariamente, ao lugar. Instância do acontecer solidário. O lugar é o *locus* onde o reconhecimento e a identidade ocorrem com mais energia. (Des)dobram-se fronteiras e contornos, paradoxalmente, em efeitos limítrofes. E, talvez, por isso considerar a singularidade do lugar, local ou região. A copresença compartilha das regras (re)formuladas no lugar e difere daquelas (re)formuladas fora pelas empresas na globalização. Porém, isso seria assunto para outra ocasião.

Antes, indicamos que Lefebvre (1991, p. 39) havia refletido sobre o cotidiano, a cotidianidade (*Alltäglichkeit*) e a modernidade, definindo: “a vida cotidiana se define como um lugar social (...). Lugar de equilíbrio, é também o lugar em que se manifestam os desequilíbrios ameaçadores”. Mas, ao mesmo tempo, é um “conceito global, ‘ele se refere e questiona a totalidade no curso de seu desenvolvimento’” (LEFEBVRE *apud* FALCÃO, 1989, p. 21). O cotidiano é o micro e o macro, paralelamente, e engendra transformações globais, para esse autor. Como a preocupação do filósofo francês seria entender o mundo, o uso das técnicas torna-se uma variável relevante a ser explorada no percurso dos deslocamentos. Com isso, buscamos compreender esse momento (o contemporâneo), por alguns denominados de sociedade pós-industrial, sociedade tecnológica ou período técnico-científico informacional.

Dessa situação, nota-se que a comunicação propicia um papel fundamental no ambiente da técnica. Isso é:

Com o *Op* e o *Pop*, essa tendência tecnicista é acrescida de um estetismo. Mais precisamente, o *olhar sobre o objeto técnico*, olhar passivo, atento apenas ao funcionamento, interessado somente pela estrutura (desmontagem, remontagem) fascinado por esse espetáculo sem segundo plano, completo, na sua transparente superfície, esse olhar torna-se protótipo do ato social. Tal é a eficácia da Televisão. O meio, isto é, o aparelho, é a verdadeira mensagem, firma McLuhan. Não, a mensagem é o puro reflexo: o olhar sobre a imagem, olhar que se produz e reproduz enquanto relação social, olhar frio (*cool*), dotado, neste sentido, de um *feedback*, de um equilíbrio, de uma coerência, de uma perpetuação. As imagens mudam, o olhar permanece. Os ruídos, os sons, as palavras são auxiliares e subsidiários, símbolos do efêmero (LEFEBVRE, 1991, p. 57).

O autor defende que os aparatos tecnológicos – os quais utilizamos e com os quais mantemos relações (TV, Cinema, Telefone Celular etc.) no cotidiano – são mediações, “reflexo de reflexos”, que substituem arte e cultura. Verifica-se a tecnicidade no lugar da arte, mediada pelo esteticismo consumível. Diante do propósito mercado-mídia, eis a sociedade tecnológica. Esta última traz em seu bojo ideologias como a sociedade da abundância, sociedade do lazer e/ou sociedade do consumo, que tira o foco da produção em prol do consumo: aquele que produzia e tinha dignidade é trocado por aquele que consome e – provavelmente só assim – teria dignidade.

Com isso, o cotidiano emerge como momento de destaque na (re)produção de bens e imagens, ainda mais imagens que resultam de uma ação local-global ao (re)organizar a vida cotidiana, de dentro e de fora dela. Imagens inimagináveis – lançadas ao mundo, de maneira paradoxal – equacionam o cotidiano em

um turbilhão de informação que transforma os valores da sociedade contemporânea. No cotidiano, vive-se de respostas imediatas às imagens que se apresentam na cidade, “verdadeiras” paisagens, no sentido anteriormente descrito onde materialidade, visão, imaginação e emoção possuem o mesmo *status* na constituição do ambiente à paisagem.

Sendo assim, no cotidiano, a utilidade da imagem ocupa o lugar da verdade – questionável ao verossímil. Nessa regência, a possibilidade de verdade ressalta aos olhos, diante do que é visto/lido. Troca-se a representação pela coisa, pelo dito “real”: aquilo que se manifesta na intenção da cotidianidade. O que, de modo recorrente, acontece perante o testemunho. O visto demonstra o valor de uma possível verdade, ao trocar a representação pelo “real”, o qual atualiza as circunstâncias da informação. Por isso, a afirmação de Karl Marx – o “concreto é concreto porque é a síntese de suas múltiplas determinações, isto é, unidade do diverso” (MARX, 1978, p. 116) – ganha novos contornos nesse estranhamento imagético a respeito da cidade.

Na expectativa de aproximar as *tecnologias emergentes* à sensibilização da vida, hoje, passamos a cogitar a poética visual necessária ao desenvolvimento criativo das imagens do/no mundo. A cultura digital desdobra os processos de comunicação, sobretudo com o uso de *internet*, telefone celular e rede social. A inferência incomensurável do tecnológico insurgente ao humano propicia o pensar sobre as imagens, que (re)dimensionam a paisagem cotidiana da cidade contemporânea. Elenca-se a opaca visualidade dessa cidade emaranhada de informações (re)formuladas pela imagem que se atualiza.

As paisagens dessa cidade sugerem metáforas no ciberespaço (LEMOS, s/d), a se descortinarem como estratégias discursivas.

Por exemplo, é possível pensar que os indígenas brasileiros em seu cotidiano estariam fazendo essa síntese quando não separam as imagens vividas nos sonhos e quando despertados, assim como sugere Berque (1994 e 1998) acerca da paisagem. Nesse bojo, a paisagem transforma-se em uma imagem ideal (*imaginarium*), depósito de informação, cujo *representamen* (sustentáculo de um signo) expõe, em sua latência visual, uma pulsão de espelhamento, reflexo e/ou imaginação. São proposições da visualidade e da visibilidade abertas pela cotidianidade.

Desfechos

Na paisagem citadina, visualidade e visibilidade acordam o chamado do consumo na sociedade contemporânea para além de sua opacidade, que destoa a condição do olhar, em um desfocar que quase cega qualquer observador/a. Tal opacidade anuncia a ausência de luminosidade e desequilibra a qualidade da visão desse sujeito. O que vê/lê seria algo distante daquilo – obtuso – que não se enxerga de fato.

Nesse caso, pode ser temerário escrever atualmente sobre imagem, sem um acordo prévio com o/a leitor/a. Qualquer grandeza figural da imagem equaciona atração, desejo, fascínio ou fetiche pela representação visual como valor comunicacional da sociedade: mídias e práticas socioculturais tematizam a cultura do consumo. Dessa maneira, a imagem continua sendo um fantástico ideário de informação a ser (re)conduzido e explorado. Por isso, não se dispensam os estudos contemporâneos. A sociedade

idealiza uma noção de imagem (de)marcada, com ênfase, por mercado-mídia. Este binômio parece, hoje, ser uma expressão de termos inseparáveis, porque se aglutinam, estrategicamente, para jogar com valores capitais.

Evidente que isso faz parte de qualquer projeto intelectual de um/a pesquisador/a interessado/a na perspectiva humanista de cada produção de conhecimento. (Des)dobram-se os pensares pelas escolhas e pela insistência contingente: isso tem a ver com a ideologia da investigação, como linha de pesquisa. O resultado enuncia a tecnologia atual na compreensão de mercado-mídia e consumo, em uma perspectiva que transversaliza anotações estratégicas de mediação hipermidiática.

Qualquer tipo de estranhamento ou esquisitice pode gerar dúvidas quanto à sua própria manifestação. Por isso, interessa averiguar soluções viáveis, ao desenvolvimento de uma tecnologia eficiente para tal situação crítica sobre a paisagem no contemporâneo – mesmo que sejam as coordenadas de latitude e longitude como parâmetro estratégico de mundialização da informação.

Para além do estado computacional/maquínico, o espaço proporciona o enfrentamento da experimentação intensiva de subjetividades, porque acusa simultaneamente o olhar e a observação de uma experiência digital da paisagem contemporânea da *cidade opaca*. Da imagem às *tecnologias emergentes*, trata-se de uma informação visual projetada no cérebro humano, enquanto parâmetro figurativo da visualidade na imaginação. Tal informação deve conter referentes capazes de ativar e localizar parâmetros necessários.

Para Norval Baitelo Jr. (2010, p. 95), "na metrópole, como lugar do acaso, já não se vê com os olhos, só se vê com a imaginação, com as asas da imaginação (do imaginário ou da alta tecnologia). Já não são as mãos nem os pés nem os olhos nossos sentidos da locomoção, da comunicação e da vinculação". Em tal afrontamento, o campo contemporâneo da comunicação deve (re)dimensionar o entorno da *urbis*.

Discutir acerca da *cidade opaca* requer ponderar determinados posicionamentos que se possam indiciar, criticamente, a realidade. A partir da imagem, torna-se necessário dinamizar a *cidade opaca*, cuja premissa desafia a cotidianidade. Não se trata de uma *u-topia* (um não lugar), mas, sim a ocupação de determinada área da cidade. Afinal, a ocupação espacial acontece e deve ser reconhecida como parte integrante da urbanização da *cidade opaca*. Posto isso, vale a atualização da paisagem na/da cidade atual. Em outras palavras, as condições adaptativas das imagens, que compreendem os fatores recorrentes da informação visual (da paisagem e do cotidiano), (re)velam uma visibilidade ideal da *cidade opaca* contemporânea. Não mostra a visibilidade ideal, visto que apenas demonstra essa cidade de modo efêmero, parcial, provisório, inacabado. Por isso, a estrada permeia a caminhada – em uma exploração que é intermediária (no intervalo) – entre a visualidade e a visibilidade da *cidade opaca* como produção de conhecimento, subjetividade e informação, porque constitui uma paisagem aberta...

Referências

- BAITELLO Jr. Norval. **A serpente, a maçã e o holograma**: esboços para uma teoria da mídia. São Paulo: Paulus, 2010.
- BERQUE, A. Introduction. In: BERQUE, A. (Org.). **Cinq propositions pour une théorie du paysage**. Seyssel: Champ Vallon, p. 5-10, 1994.
- BERQUE, A. Paisagem-marca, paisagem-matriz: elementos da problemática para uma geografia cultural. In: CORRÊA, R. L. et al (Org.). **Paisagem, tempo e cultura**. Rio de Janeiro: EdUERJ, p. 84-91, 1998.
- BUSSE, L. **La Barcelona imaginaria de Lluís Busse en el Palau Robert**. Disponível em: <http://lluisbusse.wordpress.com/2012/08/> acesso em 3 jun. 2017.
- CALVINO, Italo. **As cidades invisíveis**. Companhia das Letras, 1990.
- CAMPOS, A. **VIVAVAIA**. Poemas 1946 – 1976. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- CARRERAS, C. **Geografia urbana de Barcelona**: Espai mediterrani, temps europeu. Vilasar de Mar: Oikos-tau, 1993.
- CASTELLS, M. **La ciudad Informacional**. Madrid: Alianza editorial, 1989.
- CASTRO, D. G. **Significados do conceito de paisagem**: um debate através da epistemologia da geografia, 2012. Disponível em: www.pucsp.br/~diamantino/PAISAGEM.htm. Acesso em 3 jun. 2017.
- CLAVAL, P. **La Logique des villes**: essai d'urbanologie. France: Litec, 1981.
- FALCÃO, M. DO C. O conhecimento da vida cotidiana: base necessária à prática social In: FALCÃO, M. DO C.; NETTO, J. P. (Org.). **Cotidiano**: conhecimento e crítica. São Paulo: Cortez, 1989.
- FERRARA, L. D. **Olhar periférico**. São Paulo: EDUSP, 1993.
- GLEISER, M. Coluna publicada no jornal **Folha de S. Paulo** em 16/09/2012. Disponível em: <http://folha.com/no1154011>. Acessado em 3 jun. 2017.
- GUATTARI, F.; ROLNIK, S. **Micropolítica cartografias do desejo**. Petrópolis: Vozes, 1986.

GUMBRECHT, H. U. *Produção de presença*. Rio de Janeiro: Contracampo, 2010.

KEEN, Andrew. **Vertigem digital**: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

LEFEBVRE, H. **A vida cotidiana no mundo moderno**. São Paulo: Ática, 1991.

LEMONS, A. **Ciber-socialidade**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea, s/d. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/cibersoc.html>. Acessado em 3 jun. 2017.

LÉVY, P. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

MARINHO, C. O relato como medida do corpo. In: GARCIA, W. (Org.). **Corpo & espaço**: estudos contemporâneos. São Paulo: Ha-grado/Factash, 2009. p. 153-170.

MARX, K. **Manuscritos econômico-filosóficos e outros textos escolhidos**. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural (Os Pensadores), 1978.

MEZCUA LÓPEZ, A. J. **El concepto de paisaje en China**. Granada/Espanha: Editorial de la Universidad de Granada, 2007. Disponível em: <<http://paisajeyterritorio.es/assets/el-concepto-de-paisaje-en-china.-mezcu-lopez%2C-a.pdf>> Acesso em 3 jun. 2017.

MUMFORD, L. **A cidade na história**: suas origens, transformações e perspectivas. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

PEIXOTO, N. B. Ver o invisível: a ética das imagens. In: NOVAES, A. (Org.). **Ética**. São Paulo: Companhia das Letras, p. 301-320, 1992.

_____. **Arte/cidade**: intervenções urbanas. São Paulo: Ed. SENAC, 2002.

RONCAYOLO, M. Cidade. In: **Enciclopedia Einaudi**. v. 8. Lisboa: Imprensa Nacional, Casa da Moeda, 1986.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**: técnica, tempo, razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 1996.

SILVA, P. C. da; GARCIA, W. (Orgs.). **Mídia & cidade**. Sorocaba: MidCid, 2014.

SOJA, E. W. **Geografias pós-modernas**: a reafirmação do espaço na teoria social crítica. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

VILLAÇA, N. **A periferia pop na idade mídia**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

Wilton Garcia

Doutor em Comunicação pela ECA/USP e Pós-Doutor em Multimeios pelo IA/UNICAMP.

Docente da Fatec Itaquaquecetuba e do Mestrado em Comunicação e Cultura da Uniso.

LATTES: <http://lattes.cnpq.br/3458459542807532>

Paulo Celso da Silva

Doutor em Geografia pela USP e Pós-Doutor pela Universitat de Barcelona.

Professor e Coordenador do Mestrado em Comunicação e Cultura da Uniso.

LATTES: <http://lattes.cnpq.br/7213133481107324>