

## As imagens urbanas que olham e são olhadas para e pelo espectador no filme *Medianeras* (Gustavo Taretto; 2011) <sup>1</sup>

Aline Vaz <sup>2</sup>

Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

### RESUMO

A pesquisa estrutura-se na ressignificação da cidade fílmica de Buenos Aires na correlação entre enquadramentos e imagens transitórias no filme *Medianeras: Buenos Aires na Era do Amor Virtual* (Gustavo Taretto; 2011). Compreendendo o cinema como processo comunicacional, busca-se olhar para as imagens que olham e são olhadas para e pela a tela do cinema como sistema de pensamento, decodificando as imagens na dimensão do ser e estar em um lugar de experiência, comunhão de ensino e aprendizagem. Analisando as imagens transitórias da cidade fílmica de Buenos Aires, pressupõe-se que o habitar torna-se uma experiência dada pelo encontro do subjetivo acidente do olhar e pela fratura das mediações do sensível pelo o que vemos e o que nos olha.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cinema; *Medianeras*; Buenos Aires na Era do Amor Virtual; Cidade; Processo Comunicacional; Olhares.

### 1. Introdução

O presente estudo busca na correlação comunicacional, cinema e cidade, compreender os enquadramentos da *nowhereville* e suas ressignificações sociais, por intersecção do olhar fílmico. José Luiz Braga (2011, p. 68) observa que objetivo e objeto de estudo em Comunicação é olhar para como a sociedade conversa com a sociedade. Por meio da “emissão de uma mensagem, seja televisual, cinematográfica ou por processos informatizados em rede social, o “receptor”, após apropriação de seu sentido [...] pode sempre repor no espaço social suas interpretações”. O autor suscita que devemos olhar para os meios de comunicação audiovisuais como fenômenos sócio-históricos, pois esse processo mediático faz com que a sociedade perceba-se dialogando consigo mesma.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação e Linguagens, pela Universidade Tuiuti do Paraná e pesquisadora nos GPs Desdobramentos Simbólicos do Espaço Urbano em Narrativas Audiovisuais (PPGCOM – UTP) e CINECRIARE (UNESPAR/FAP). Bolsista CAPES. Email: alinevaz88@hotmail.com

Além de um processo comunicacional, o cinema também transpõe para a tela a correlação educacional, que como prática social, “não se restringe às instituições formais de ensino, é possível situar a produção fílmica não apenas como manifestação do tornar-se humano, mas também como elemento fomentador desse processo” (LOUREIRO, 2008, p. 136). O cinema é hegemônico, compõe dinâmicas do cotidiano, valores e gostos:

Ver filmes, analisá-los, é a vontade de entender a nossa sociedade massificada, praticamente analfabeta e que não tem uma memória da escrita. Uma sociedade que se educa por imagens e sons, principalmente da televisão, quase uma população inteira [...] que não tem contato com a escrita, a reflexão com a escrita. E também a vontade de entender o mundo pela produção artística do cinema (ALMEIDA, 1994, apud LOUREIRO, 2008, p. 136).

As imagens e decodificações estão nas experiências do cotidiano, identificamos-nos com o cinema ao passo em que estamos familiarizados com uma dita realidade imagética, com o movimento do que vemos e do que nos olha, somos afetados em nosso dia a dia por uma dinâmica imagética que comunica, que troca informações, que nos coloca em constante reflexão, que nos leva a pensar sobre o outro em um movimento que nos permite olharmos para nós mesmos. A cidade e o cinema são potências dessa comunhão imagética, paisagens que ao trocar informações, tornam-se espaços de vivência: ensino e aprendizagem.

Para que possamos perceber e conversar com as representações imagéticas de uma dita realidade vivenciada, analisaremos o filme *Medianeras - Buenos Aires na Era do Amor Virtual* (2011), do diretor Gustavo Taretto, nascido em 1965, em Buenos Aires – Argentina. Taretto dirigiu filmes que podem ser interpretados como produtores cinematográficos da cidade criadora de vínculos afetivos. O curta-metragem *Uma Vez Mais* (2010) constitui uma reflexão do tempo-espço vivenciado por um casal que discute a relação, enquanto caminha pela cidade. Em *Hoje Não Estou* (2007) a câmera do diretor passeia com a personagem que se adapta a invisibilidade arquitetônica da cidade. *Paredes Vizinhas* (2005) é o curta-metragem que primeiro enquadra as personagens Martin (Javier Drolas) e Mariana (Mariana Anghileri) na Buenos Aires cinematográfica que virá a ser representada, futuramente, em 2011, no longa-metragem *Medianeras: Buenos Aires na Era do Amor Virtual*.

No longa-metragem de Taretto os protagonistas Mariana (Pilar López de Ayala) e Martin (Javier Drolas) transitam de um estado psicológico para o social, social para o psicológico. Em outras palavras, a subjetividade das personagens é afetada pela organização da cidade, o que permite um diálogo entre o interno e o externo, público e privado, arquitetura e afetividade em relação ao sujeito e o espaço. A identidade representada na cidade fílmica de Buenos Aires afeta a condição do sensível das personagens, que procuram janelas. Janelas que são modos de olhar para o mundo, e representam também a fuga desse mundo. Pressupõe-se que os olhares perdidos das personagens podem compor uma crise, relacionada ao modo de ser e estar no mundo, uma desconexão entre o dentro o fora.

Vsevolod Pudovkin (1983, p. 85) entende que o principal objetivo do cinema é retratar emoções. Pressupomos que a tela do cinema é uma janela para a qual fugimos do mundo externo, olhando para outro mundo que se volta a nós mesmos, reconhecendo-nos como parte de uma dita realidade emoldurada. “Vemos tudo como se fosse do interior, e estamos rodeados pelos personagens. Estes não precisam nos contar o que sentem, uma vez que nós vemos o que eles veem e da forma que veem”.

As interações, o modo de olhar para o mundo e de se ver nas representações da tela do cinema são potencializadas pelos enquadramentos da cidade. Ao olhar e ser olhado para e pela tela do cinema, o espectador tende a compreender e possuir o espaço fílmico. Heidegger (1979) chama a atenção para o modo de habitar que se dá pelo modo de compreender e possuir o mundo. Partindo do princípio de que a compreensão e os modos de possuir são questões de caráter pessoal, individual, questionam-se as ideias preconcebidas de habitar, metamorfoseadas nas moradias representadas no espaço do cinema habitado pelas personagens e espectadores. Assim, para tal compreensão da apropriação do espaço da cidade na tela do cinema, como dimensão educativa (informal e cotidiana) entendida como fonte de valores, visão de mundo, conhecimento e ampliação de repertório, o cinema deve provocar o pensamento:

[...] o cinema que “educa” é o cinema que faz pensar, não só o cinema, mas as mais variadas experiências e questões que coloca em foco. Ou seja, a questão não é “passar conteúdos”, mas provocar a reflexão, questionar o que, sendo um constructo que tem história, é tomado como natureza, dado inquestionável (XAVIER, 2008, p. 15).

Partindo do olhar para e pelo cinema no plano da experiência sensível das imagens como sistema de pensamento e da cidade como espaço de compartilhamento e comunhão de subjetividades, portanto a correlação de imagens urbanas e cinematográficas: a cidade se comunica com o sujeito, uma comunicação visual, o que permite um lado criativo, que só pode se dar no lugar do olhar, filtro de subjetividade e movimento em que “o visual torna-se assim o centro polifórmico que deve ser interpretado e o meio da interpretação. O visual é objeto e método” (CANEVACCI, 1993, p. 44).

Massimo Di Felice (2009, p. 130) chama atenção para o fato de que o “visual é sujeito (...). Se a arquitetura da metrópole é visual, múltipla e dissolvente, assim é também o olhar do seu morador-observador”. Pensando na observação e na relação entre as imagens da cidade “como um espaçamento tramado do olhante e do olhado, do olhante pelo olhado” (DIDI-HUBERMAN, 2010, p. 147), busca-se, por meio do cinema, que valoriza a “câmera-olho” de seu realizador e as significações dadas pelo espectador, a importância de perceber a imagem cinematográfica como representação do espaço urbano, “que não compõe de imediato a certeza sobre este “do que se trata” e lança o desafio para explorar terrenos não-codificados da experiência” (XAVIER, 2008, p. 17). Logo, o presente estudo, propõe-se a analisar as imagens publicitárias que surgem como molduras nas janelas das moradias das personagens de *Medianeras: Buenos Aires na Era do Amor Virtual* (Gustavo Taretto; 2011), pressupondo que as janelas ressignificadas pelos anúncios criam vínculos com os vizinhos distantes, dialogam com a arquitetura e se comunicam com os moradores. “A imagem, portanto, seria um novo tipo de identificação e agregação que colocaria os indivíduos em relação uns com os outros, criando sentidos através de uma forma-contéudo estética” (FELICE, 2009, p. 132), educando o olhar a ir além do que vemos, decodificando códigos de apropriação de mundo na dimensão do ser e estar em um lugar de experiência, comunhão de ensino e aprendizagem, daquele que olha e é olhado para e pela tela do cinema em uma troca de significações e processos comunicacionais.

## **2. Cinema e imagens urbanas: olhares transitórios**

Artefatos criados pelo homem, na Idade Média os vilarejos fechados eram chamados de burgos, de origem alemã, *burg*, castelo ou fortaleza. A imagem criada é de

um lugar fechado que agrega seus moradores. A cidade atrela-se ao urbano do latim *urbs*, em oposição ao rural, *rus*. Ainda, a palavra inglesa *city* vem do francês *cite*, referenciando lugares em que se encontram o poder, é na *city* que se encontra a economia e a sede da autoridade.

Observa-se que nessa organização do espaço da cidade criamos obstáculos, as leis de convivência que oprimem, que impõe o certo e o errado, que mostram os caminhos a serem seguidos, que nos convencem de proteção, nos trancam em um mundo arquitetonicamente pensado para suprir as necessidades controladoras. As paredes físicas e simbólicas da organização arquitetônica da metrópole limitam, na máscara de proteção elas escondem, criam barreiras e fecham os olhos para o mundo.

Precisamos quebrar janelas para que possamos ver a luz e também iluminar as paisagens que precisam ser vistas para que sejam habitadas. A cidade existe para ser olhada, precisa ter movimento, movimento do olhar, movimento do trabalho, da recreação e da habitação. O espaço transforma-se com o tempo, tempo esse que determina e é determinado pelo modo de experimentar o mundo, olhar e ser olhado para e por ele. É preciso viver e sofrer a cidade, dar atenção, perceber seus limites e assim atravessá-los.

Olhando para o lugar em que “as características culturais sedimentam a cidade enquanto império fervilhante de signos que cria uma linguagem e justifica uma ótica de estudos voltada para ela enquanto modo específico de produzir informação (...)” (FERRARA, 1990, p. 03), percebe-se que as imagens produzidas pela cidade representam um modo de viver de seus habitantes. A cultura do morar é explicitada nos signos que olham e são olhados para e pelos sujeitos que transformam o lugar em espaço ao transformar arquitetura em representação e percepção, ocorrendo o acontecimento-apropriação (HEIDEGGER; 1979).

No filme em análise percebe-se que as janelas da *mise en scène* são ressignificadas por anúncios publicitários que criam vínculos com os vizinhos distantes, dialogam com a arquitetura e se comunicam com os moradores. “A imagem, portanto, seria um novo tipo de identificação e agregação que colocaria os indivíduos em relação uns com os outros, criando sentidos através de uma forma-contéudo estética” (FELICE, 2009, p. 132).

Os protagonistas, Martin e Mariana, vivem em pequenos apartamentos com pouca vista para a cidade, reclamam da falta de vínculo com a Buenos Aires fílmica e

transitam pela cidade como *flâneur* e *flâneuse*, sem pertencer à multidão de fato, apenas a observar o movimento da cidade, permanecendo imóveis dentro de si mesmos.

Eles que são vizinhos de medianeras, os chamados vizinhos distantes de Letícia Lampert (2013), caminham pelos mesmos lugares, mas nunca se olham. Ao quebrar as janelas ilegais, rotas de fugas nessas paredes, estabelecem o primeiro contato visual. Esse vínculo tramado entre o olhado e o olhante, entre Martin e Mariana, se dá justamente devido à publicidade, o impulso do olhar não é olhar para dentro da janela, mas como ela se insere dentro do anúncio publicitário, sugestivo: Mariana é indicada como tudo que Martin busca e Martin encontra-se dentro de uma imagem explicitamente sexual (Figura 1).

FIGURA 1 - *FRAMES DO FILME MEDIANERAS: BUENOS AIRES NA ERA DO AMOR VIRTUAL*



Mariana e Martin são enquadrados nas janelas emolduradas por anúncios publicitários.

A janela que surge como uma alternativa para um novo olhar para e pela cidade é emoldurada pelo anúncio “*HOPE*” (Figura 2). A esperança que o morador deposita

no novo enquadramento da cidade pelo furo na parede, também, está no anúncio. Há um diálogo do anúncio com uma arquitetura que busca encontrar um novo mundo, incluindo o anunciante como potencializador desse novo olhar para e pelo mundo. Desse modo, o anúncio se vale da busca por novos olhares para que o observador relacione a marca a um novo pulmão de ar nessa cidade, numa dita “realidade” que tanto sufoca seus moradores menos favorecidos, em apartamentos com pouca ventilação, sem varandas e pouca relação com a cidade.

FIGURA 2 - FRAME DO FILME *MEDIANERAS: BUENOS AIRES NA ERA DO AMOR VIRTUAL*



O anúncio ressignifica a janela como uma nova esperança para o olhar para e pela cidade.

Referente aos anúncios publicitários, imagens transitórias na cidade, Massimo di Felice (2009, p. 206) nota “os corpos e os objetos irrealis que substituem as paredes dos prédios” com “a multiplicação de paisagens, linhas de fuga, meta geografia de corpos transorgânicos e imagens coloridas nas quais cotidianamente nos deslocamos”. As personagens de *Medianeras: Buenos Aires na Era do Amor Virtual* deixam explícita a cultura do inquilino, como se o sujeito estivesse sempre de passagem, as janelas como rotas de fuga, como algo provisório, emolduradas por anúncios publicitários que anunciam há quanto tempo os moradores estão de espaços de não-lugares, espaços de passagens (AUGÉ, 2007). “Em poucos dias as imagens publicitárias mudam, substituídas por outras que distintamente passam a redesenhar a paisagem transitória dos nossos espaços cotidianos” (FELICE, 2009, p. 206), transformando as experiências estéticas mediadas pelo olhar enquadrado pela janela da casa. Tudo é provisório,

inclusive o olhar que sente falta de vínculos afetivos nessa velocidade de deslocar-se e da ressignificação dos signos do lugar em que vivem.

Os anúncios que em sua maioria levam a não-lugares, como o *fast food* (Figura 3), se alimentam de velocidade, a sobreposição da imagem no território o relativiza fornecendo-lhe um caráter dinâmico e instável, exotópico (Ibid, p. 206). Transitoriedade que acaba por infectar o espaço do habitar dos moradores que olham e são olhados dia a dia por imagens instáveis, a casa já não abriga o canto no mundo de Gastón Bachelard (1978), ela evidencia a cultura do ir e vir, não se habita mais a arquitetura, habita-se os deslocamentos. Os anúncios de aluguel, lugares vazios, disponíveis, são evidenciados nos enquadramentos de Gustavo Taretto (Figura 4). Assim, pressupõe-se que quando o olhar é provisório, não há mais vínculo com o morar, não existe um olhar de reconhecimento, tudo é efêmero, inclusive o habitar em que o morador não se demora.

FIGURA 3 - *FRAME DO FILME MEDIANERAS: BUENOS AIRES NA ERA DO AMOR VIRTUAL*



Imagens que simbolizam velocidade constituem olhares provisórios.

FIGURA 4 - *FRAME DO FILME MEDIANERAS: BUENOS AIRES NA ERA DO AMOR VIRTUAL*



As moradias são provisórias, constituindo a cultura do inquilino.

Para Gastón Bachelard (1978, p. 197) “encolher pertence à fenomenologia do verbo habitar. Só mora com intensidade aquele que já soube encolher-se”. Nessa concepção o sujeito busca o canto no mundo, encolhido, sente-se em casa, encontra o seu lugar, compreendendo o próprio mundo que se apropria dentro de si mesmo. Ou seja, o canto no mundo está dentro do sujeito arredondado em si, concentrar-se em si é compreender o mundo e apropriar-se dele.

Martin Heidegger (1979) sobre ser e estar no mundo, discorre sobre uma subjetividade afetada pela sensibilidade, em que pensar significa uma multiplicidade de representações em um “conhecer o mundo” e “possuir o mundo”. A palavra “ser” originária de sedere, estar sentado, implica em residência, o lugar onde se demora o habitar.

Massimo di Felice (2009, p. 126) analisa os modos de “relações anônimas em que a sociabilidade momentânea e visual substitui àquelas pessoais ‘cara a cara’ própria dos pequenos vilarejos e da pequena cidade”. Para o autor o modo de perceber o mundo contemporâneo atrela-se às concentrações de grandes grupos de pessoas, experiências marcadas pela importância das relações visuais. Nessa tela de relações visuais da cidade, não gratuitamente, o cinema enquadra personagens que habitam metrópoles fílmicas e apresentam a apropriação do espaço da cidade em que as imagens nos tornam espectadores do espaço urbano.

Na tela de *Medianeras: Buenos Aires na Era do Amor Virtual* percebe-se uma abertura de mundo, ao contrário do sujeito de Bachelard (1978) que precisa estar fechado em uma concha, o sujeito que vive na Buenos Aires fílmica precisa viver entre o interno e externo, um habitar exotópico:

[...] decorrente do aparecimento de uma nova experiência de “estar no mundo”, resultado de uma interação dinâmica entre o sujeito, a tecnologia e a paisagem, expressão de uma forma eletrônica e tecnoexperimental de construção e apropriação do espaço (FELICE, 2009, p. 120).

O habitar torna-se uma experiência deslocada ao externo, em um se encontrar para fora de si mesmo nas deslocções tecnológicas e espaciais:

O habitar contemporâneo seria, portanto, um habitar exotópico não somente no sentido de que as deslocções propostas pelas imagens publicitárias e as paisagens informativas acabam conduzindo o sujeito em metapaisagens e em ecossistemas informativos, onde ele se encontra não como arquiteto-político, e sim como parte de umas e de outros, mas, muito mais, no sentido de que o habitar contemporâneo é exotópico porque nos propõe a deslocção contínua em espaços-imagens e em paisagens artificiais, em metageografias reais e sintéticas (Ibid, p. 122).

Considera-se que o habitar exotópico se dá ao passo em que as imagens da cidade tornam as experiências transitórias. O sujeito se identifica e imerge em significados provisórios. Para explicitar os deslocamentos imagéticos do habitar, Gustavo Taretto, evidencia as medianeras da cidade fílmica de Buenos Aires e os anúncios publicitários que emolduram as janelas. O furo na parede é o lugar em que não se está dentro e nem fora, que media o interno do sujeito e o externo da cidade e permite a relação com as imagens que estão de passagem. A parede estável torna-se lugar de deslocamento, onde os signos dos anúncios dialogam com a cultura de uma cidade transitória, que exalta lugares de passagens.

Aparentemente as personagens, Martin e Mariana, não se sentem encolhidas em suas casas, mas oprimidas. Interpreta-se que o habitar de fato se dá no mergulho na cidade em *plonglée*. Mariana abandona a janela, que não a permitia habitar nem o dentro e nem o fora, para enfim encontrar Martin e na identificação do olhar, do pertencer à multidão, estar e ser parte da cidade. O ir para fora é apropriar-se de um mundo habitável, jogar-se na fresta do desejo, no movimento da cidade, é habitar o entre janelas e imagens, é ser e estar: apropriar-se.

### **3. Transformação e apropriação do espaço**

A partir da sua casa o homem percebe o mundo, casa esta que envolve dimensões como a rua, o bairro, as formas materiais arquitetônicas, “na prática social revelada na vida cotidiana, apontando para o fato de que o plano de habitar não se limita apenas aos espaços privados, imersos nas sombras da cidade, preservados dos olhares, relegados ao estritamente privado” (CARLOS, 2001, p. 219). Entre o privado e o público, o local e o global, a mediação do outro, a tela de relações, o pleonasma das experiências vividas e o paradoxo das experiências individuais coletivas se dá a apropriação de mundo; o habitar.

O habitar na cidade torna-se poético ao passo que são os modos de apropriação que determinam a forma e o conteúdo do tempo-espaço vivenciado pelo sujeito. A cidade que produz limitações também cria possibilidades. No espaço que liga objetos e corpos, ligam-se lugares e pessoas.

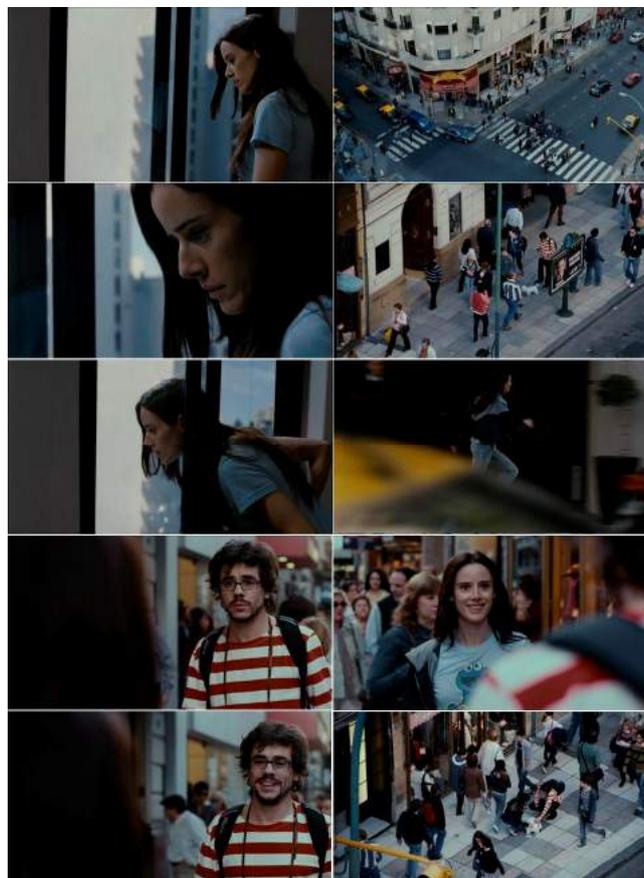
As limitações encontram-se nas finalidades utilitárias do lugar, as casas tornam-se mercadorias, o habitante torna-se usuário e o habitar é reduzido ao morar, o caminhar pela cidade torna-se o vagar, os deslocamentos não deixam rastros. “As ruas, transformadas em lugares de comércio, pontuadas por vitrines ocupadas pelo comércio ambulante, reorientam os passos e marcam o emprego do tempo na metrópole” (Ibid, p. 240). A rua deixa de ser lugar de encontro, o passo apressado coíbe as relações e os olhares, a supressão da rua extingue a vida. “Na vida cotidiana dos bairros os habitantes se transformam cada vez mais em consumidores submetidos a comportamentos e desejos bem definidos, manipulados pelo ‘espetáculo das vitrines’” (Ibid, p. 245).

É preciso transformar as limitações em possibilidades, mergulhando nas paisagens transitórias de utilidade e consumo da cidade. Podemos observar como o processo de jogar-se para fora acontece no filme *Medianeras: Buenos Aires na Era do Amor Virtual*, em que a experiência de estar no mundo se dá pelo olhar de Mariana para fora da janela, olhando para as imagens que transitam na paisagem da cidade em *plongée* (mergulho). Mariana ocupando a posição de *flâneur*, vai até a janela e encontra Martin, vestido como o Wally, personagem de seu livro preferido, “Onde está Wally?”, que nunca conseguiu encontrar no cenário da cidade. Ela salta na metrópole no enquadramento chamado por Marcel Martin (2005) de *plano picado*, em que a filmagem de cima para baixo mostra o ponto de vista de alguém que se encontra na posição vertical, materializa aos olhos do espectador, um sentimento imposto pelo

personagem, que pode ser uma perturbação, um ponto de vista da personagem (subjetivo) ou do espectador (objetivo).

Perturbada Mariana corre em direção à saída de seu apartamento, como sinal de desconstrução dos simulacros de seu dia a dia, esbarra em um manequim que até então permanecia ao lado de sua porta e superando sua fobia entra no elevador. Enfim, a personagem se vê inserida na multidão, olhando e sendo olhada na fresta da cidade, buraco do desejo. Há uma quebra da linearidade do cotidiano, na mediação do olhar, não há mais a tela do computador, as vitrines, nem as medianeras, os olhos das personagens se encontram. A câmera se distancia de Mariana e Martin, que se tornam parte da multidão. A experiência do espectador, protegido pela janela do cinema e da *mise en scène*, ocupando agora a janela do apartamento de Mariana, é de flunar, olhar sem pertencer à multidão, na posição de espectador, enquadrando as personagens em *plongée* (Figura 5).

FIGURA 5 - *FRAMES DO FILME MEDIANERAS: BUENOS AIRES NA ERA DO AMOR VIRTUAL*



O movimento dos olhares que se apropriam da cidade fílmica de Buenos Aires.

Assim, a obra cinematográfica em análise torna suas personagens conscientes do olhar, em uma reflexão que as insere na imobilidade de estar sem ser (multidão). Martin que passa por um processo de inserção na cidade, por meio da fotografia e caminhadas, na cena final ganha a personificação do personagem de “Onde Está Wally?”, um *flâneur* pós-moderno (MCLAREN, 2000) que se apropria do espaço. No momento em que Martin pertence à multidão, Mariana da janela de seu apartamento, desempenha o olhar da *flâneuse* que observa a multidão distanciada. Em um jogo de câmera, subjetiva e objetiva, o olhar de Mariana liberta-se da limitação do enquadramento da janela de seu apartamento e desconstrói as mediações; se vê inserida na multidão, olhando e sendo olhada.

Considera-se que as personagens encontram no acidental e subjetivo o pertencimento à cidade, identificam-se no olhar do outro e assim apropriam-se do espaço físico. Ana Fani Alessandri Carlos ressalva que as relações amorosas ou de amizades podem se dar no plano vivido, na transformação do imediato. O vivido se dá no subjetivo, no mundo dos sonhos e das utopias, que imergem do cotidiano. Os sofrimentos, as alegrias, os desejos, produzem metáforas da vida cotidiana, “dando importância ao “acidental” e ao “subjetivo”, que muda o sentido repetitivo; nessa dimensão, o repetitivo contém coisas novas, capazes de engendrar diferenças, pois ele contém o devir” (CARLOS, 2001, p. 306). A janela que pertence à arquitetura da casa de Mariana é ressignificada pelo olhar transformado pelo encontro do imediato, a rua que pertence à rotina das personagens vivencia uma nova experiência dada pelo encontro do subjetivo acidente do olhar e pela fratura das mediações.

#### **4. Considerações finais**

Analisando a ressignificação da cidade fílmica de Buenos Aires na correlação entre enquadramentos e imagens transitórias no filme *Medianeras: Buenos Aires na Era do Amor Virtual* (Gustavo Taretto; 2011), considera-se um novo modo de habitar, em que o sujeito sai do canto do mundo e abandona o demorar da residência, para saltar no mundo, um mundo que é decodificado por signos visuais. O sujeito de Gastón Bachelard (1978) que se apropriava do mundo dentro de si mesmo, para Massimo di Felice (2009) encontra-se para fora de si mesmo.

As imagens da cidade tornam as experiências transitórias, criam receptores autônomos e críticos. Nas experiências de produção midiáticas, os anúncios publicitários, as representações no cinema, possibilitam que o sujeito identifique-se, imergindo em significados provisórios. Para explicitar os modos imagéticos do habitar, Gustavo Taretto evidencia as medianeras da cidade fílmica de Buenos Aires e os anúncios publicitários, que emolduram as janelas, lugar em que não se está dentro e nem fora, a janela como um furo na parede que media o interno do sujeito e o externo da cidade e acaba por olhar e ser olhado por imagens que estão de passagem. A parede estável torna-se lugar de deslocamento, onde os signos dos anúncios dialogam com a cultura de uma cidade transitória.

As personagens – protagonistas, Martin e Mariana, não se sentem encolhidas em suas casas, mas oprimidas, o habitar de fato se dá no mergulho na cidade, não à toa em um *plongée*. Mariana abandona a janela, que não a permitia habitar nem o dentro e nem o fora, para enfim encontrar Martin e na identificação do olhar, do pertencer à multidão, na socialização, estar e ser parte da cidade, o ir para fora é apropriar de um mundo habitável, em que a comunhão de experiências produz processos comunicacionais e pensamento crítico de gostos e valores. Olhar e ser olhado é ensinar e aprender com o outro, é se identificar e questionar. O mergulho na tela do cinema, na teia de relações com as imagens urbanas, possibilitam pensar o mundo em seu paradoxo de padrões e transformações, distanciamentos e relações.

### **Referências bibliográficas**

AUGÉ, Marc. *Não-Lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade*. São Paulo: Papyrus Editora, 2007.

BACHELARD, Gaston. *Os pensadores*. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

BRAGA, José Luiz. *Constituição do campo da comunicação*. Verso e Reverso (Unisinos), v. 25, jan./abr. 2011, p. 62-77. Disponível em: <[www.unisinos.br/revistas/index.php/versoereverso/article/view/94](http://www.unisinos.br/revistas/index.php/versoereverso/article/view/94)>. Acesso em: 18 nov. 2015.

CANEVACCI, Massimo. *A cidade polifônica: Ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana*. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. *Espaço-tempo na metrópole: a fragmentação da vida cotidiana*. São Paulo: Editora Contexto, 2001.

DIDI-HUBERMAN, Georges. *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo: Editora 34, 2. ed., 2010.

DI FELICE, Massimo. *Paisagens pós-urbanas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar*. São Paulo: Annablume, 2009.

FERRARA, Lucrécia D'Allesio. *As máscaras da cidade*. Revista USP, n. 5, São Paulo, mar.-abr.-maio 1990, p. 3-10. Disponível em: <[www.revistas.usp.br/revusp/article/download/25521/27266](http://www.revistas.usp.br/revusp/article/download/25521/27266)>. Acesso em: 19 nov. 2015.

HEIDEGGER, Martin. *Conferências e escritos filosóficos*. In: Os pensadores. Tradução. Ernildo Stein. São Paulo: Nova Cultural: 1979.

LAMPERT, Letícia. *Conhecidos de vista: a cidade revelada através de olhares, janelas e fotografias*. *Repositório Digital*. Rio Grande do Sul. 2013. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/80522>>. Acesso em: 19 nov. 2015.

LOUREIRO, Robson. Educação, Cinema e Estética: elementos para uma reeducação do olhar. *Educação & Realidade*, v. 33, n. 1, 2008.

MARTIN, Marcel. *A linguagem cinematográfica*. Trad. Lauro António e Maria Eduarda Colares. Lisboa: Editora Dinalivro, 2005.

MCLAREN, Peter. *Multiculturalismo revolucionário: pedagogia do dissenso para o novo milênio*. Porto Alegre: Artmed Editora, 2000.

PUDOVKIN, Vsevolod. Métodos de tratamento do material (montagem estrutural). In: XAVIER, I. (Org.). *A experiência do cinema*, v. 2, São Paulo: Graal, 1983.

XAVIER, Ismail. Um Cinema que “Educa” é um Cinema que (nos) faz Pensar. *Educação & Realidade*, v. 33, n. 1, 2008.