

## A PROPAGANDA ONIPRESENTE E A CRÍTICA AO AMBIENTE URBANO: O RETRATO DO SITUACIONISMO NA SÉRIE TELEVISIVA *BLACK MIRROR*

Giulia Franceschi Tessarini<sup>1</sup>

Tarcisio Torres Silva<sup>2</sup>

### Resumo

Este artigo tem como intuito relacionar trabalhos do autor Guy Debord, incluindo sua colaboração no movimento europeu de crítica social Situacionismo (1957) e sua teoria da sociedade do espetáculo, com a série britânica *Black Mirror*, criada por Charlie Brooker. Termos presentes nas teses situacionistas, como Deriva e Psicogeografia, além da abordagem intensiva sobre utopia, servem de base para críticas e análises de episódios da série, como *Fifteen Million Merits* (2011), o escolhido para ser estudado neste trabalho. A propaganda onipresente e a crítica à criação humana do ambiente urbano são os principais pontos conectados, partilhados por ambas obras autorais, o que mostra a presença e atualidade das teses situacionistas no século XXI.

**Palavras-chave:** *Situacionismo; Sociedade do espetáculo; Propaganda onipresente; Black Mirror.*

### *BLACK MIRROR*. UM UNIVERSO DISTÓPICO

*Black Mirror*, criada por Charlie Brooker, em 2011, é uma série britânica que aborda os sintomas atuais da sociedade contemporânea, iniciados principalmente pela dependência tecnológica. A série, com episódios originais no Channel 4, tornou-se *mainstream* após ser inserida no catálogo da plataforma de conteúdo audiovisual por

<sup>1</sup> Aluna de graduação do curso de Publicidade e Propaganda da PUC-Campinas. Bolsista de iniciação científica PIBIC/CNPq.

<sup>2</sup> Professor pesquisador da Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Doutor em Artes Visuais com estágio doutoral no departamento de Estudos Culturais, Goldsmiths College, Universidade de Londres. Orientador do trabalho.

assinatura Netflix; atualmente, conta com dezenove episódios distribuídos em quatro temporadas, com confirmação da quinta ainda sem data de estreia.

Fusão de ficção científica, drama psicológico e sátira, *Black Mirror* apresenta um universo distópico ou antiutópico, considerando os desenrolares desconfortáveis e geradores de reflexões, justamente por retratar situações possíveis de acontecerem no mundo real e atitudes previsíveis de serem tomadas pela humanidade hoje. Apoiado nisso, o tempo da série é um futuro próximo ou até mesmo um presente alternativo, levando em conta a semelhança da essência psicológica dos personagens à do homem moderno e a atual presença e investimento de tecnologias retratadas nos episódios, como em *Fifteen Million Merits*, por exemplo.

### ENREDO DE *FIFTEEN MILLION MERITS*: UM SISTEMA SEMELHANTE AO CONHECIDO

Na análise sugerida para este trabalho, foi selecionado o episódio *Fifteen Million Merits* (Quinze Milhões de Méritos, em português). Escrito pelo próprio criador da série, Charlie Brooker, em parceria com sua esposa, Konnie Huq, e dirigido por Euros Lyn, é o segundo episódio da primeira temporada, com exibição original em dezembro de 2011.

A história retrata a vida futurística em função de avatares representativos, telas de TV e estereótipos (obesidade é retratada como inferioridade, por exemplo). O ambiente em que se passa o episódio é constituído por bicicletas ergométricas, nas quais as pessoas geram, diariamente, a energia que consomem e uma determinada quantidade de moedas, chamada “mérito”, que servem de troca para produtos virtuais e para cancelar publicidade. Todos possuem cada um seu avatar e vivem em função do mesmo: praticamente todas as interações se dão virtualmente, em jogos eletrônicos, programas ou notificações.

Os personagens utilizam roupas padronizadas, sempre na cor cinza, enquanto os funcionários, pedaladores banidos e ridicularizados por conta do ganho de peso, usam macacões amarelos. Essa uniformização reforça ainda mais a ideia de cárcere que caracteriza a vida daquelas pessoas, dependentes do sistema.

[...] a geração mais ligada de todas era feita principalmente de seres humanos comuns, egoístas e sem imaginação prontos para fazerem acertos com as circunstâncias do capitalismo e as habituais exigências da vida adulta - prontos a recuar e se comprometer com o sistema (GOFFMAN; JOY, 2007, p. 339).

As relações físicas pessoais estão praticamente extintas; tudo é adquirido em forma virtual, comprado por certa quantia em “mérito”, desde produtos, geralmente destinados à

aparência dos avatares, até presentes que nunca passarão de simbólicos para fisicamente reais: uma geração abundante de capitais fadada à acumulação de imagem, fundamento de todo o sistema funcionalista.

Quando se há indícios de demonstrações afetivas reais, elas são destruídas de imediato. É o caso de um pinguim feito de origami por uma das personagens, Abi, que é elaborado e jogado fora todo dia pelos funcionários do sistema por ser considerado “lixo”. Tudo que deixa de ser cibernético e passa a ser real é classificado como algo sem valor ou utilidade. Nesse momento, surge a relação concreto x virtual, na qual, de um lado, estão os objetos e figuras midiaticizadas e, de outro, sua materialização.

Cada indivíduo possui seu próprio quarto (ou cela), coberto inteiramente por telas de televisão, que simulam um dia ensolarado e um galo cantante para despertá-los. Nesse ambiente, são obrigados a consumir propagandas e assistir programas, sendo que, em um deles, se tornam uma espécie de plateia virtual, que acredita estar unida, quando, na realidade, é essencialmente um conjunto de integrantes isolados vivendo sob ilusão.

Não apenas o aposento, mas todos os espaços são cercados pelas telas, reforçando a ideia de cárcere pela imagem acumulada. Simulações de paisagens para caminhada, variedade de programas e opções de atualizar o seu avatar estão disponíveis nessas televisões enquanto pedalam.

O programa mais assistido pelos confinados é o *Hot Shot* e, nele, os participantes podem ou receber uma chance de mudar de vida ou são desumanamente humilhados. Raras são as vezes em que o sucesso é atingido, mas eternas são as vontades das pessoas comuns que ali vivem de conquistá-lo por meio do espetáculo. Esses espetáculos são consumidos e necessitados pelos telespectadores, que se expressam por meio de suas imagens (avatares) seus reais sentimentos: alegria, ódio e aceitação.

O episódio se concentra na vida de Bing Madsen, um homem que tem toda sua rotina planejada e controlada pelo sistema: é acordado pelas telas que simulam a manhã, escova os dentes, consome algumas propagandas, pedala, come, pedala mais um pouco, volta para o quarto, assiste alguns programas e dorme. Seu convívio é com outros que pedalam, dentre eles um caçador preconceituoso, um jovem sonhador dependente tecnológico, uma mulher afogada em sentimentos e Abi Khan, uma moça simples que carrega o desejo de um dia ser cantora profissional.

A última é apresentada a Bing no momento em que ele a escuta cantar. “[Foi] mais [real] do que qualquer coisa que aconteceu o ano todo. Eu fico olhando ao redor e... só

quero que algo real aconteça. Pelo menos uma vez”, disse Bing ao oferecer para comprar-lhe o ingresso dourado, passaporte para o *Hot Shot*, cujo valor é de 15 milhões de méritos. De início, Abi se recusa a aceitar tamanha quantia, e lista onde o amigo poderia investi-lo melhor, o que inclui adereços para o avatar e outros produtos virtuais. Bing responde de maneira simples o que tanto unicamente acredita: “São só coisas... Isso são coisas, confetes. Você tem algo real”.

Antes de subir ao palco, Abi é orientada para consumir uma bebida que promete “acalmá-la”, quando, de fato, a deixa fora de si. Sua apresentação é interrompida por um dos jurados, que utiliza a beleza e a inocência da candidata para construir argumentos machistas e eróticos, a fim de influenciá-la para se tornar uma estrela da pornografia. E assim o faz.

Ao tentar lidar com o rumo artístico destinado à sua amiga, Bing se desespera ao ser obrigado a assistir o vídeo de Abi, sem mais méritos para poder cancelar sua transmissão, e, num ataque de fúria, consegue quebrar as telas da parede de seu quarto, espalhando vidro por todo o chão. Nesse momento, percebe a mecânica realidade que está sendo obrigado a viver e o quanto de sua vida desperdiçou ao aceitá-la.

Com o objetivo inicial de se rebelar contra o sistema, o protagonista economiza e pedala intensamente por duas semanas, a fim de conquistar outros 15 milhões de méritos, adquirir um ingresso dourado e ir para o *Hot Shot* como “artista”. Sua apresentação ensaiada de dança foi logo substituída por uma ameaça de suicídio, ao retirar do bolso um pedaço da tela quebrada. Um tenso discurso improvisado se inicia diante dos jurados e da plateia virtual, repleto de lamentações sobre o quanto as pessoas se tornaram cruéis e superficiais e como tudo o que ele considerava real foi friamente vendido:

Eu não tenho um discurso. Não planejei palavras. Nem tentei. Eu só sabia que tinha que vir aqui para vocês me ouvirem. Para ouvirem de verdade, não fingir que estão ouvindo, como fazem o tempo todo. Para sentirem ao invés de processar. Vocês fazem essa cara, olham para o palco e nós ficamos aqui cantando, dançando e fazendo micagens. E vocês não nos veem como pessoas. Vocês não veem pessoas aqui. Só objetos. E quanto mais falso o objeto, mais vocês amam. Porque um objeto falso é a única coisa que funciona. Nós só temos estômago para objetos falsos. Na verdade, não só isso. Dor e depravação também. Amarre um gordo a um poste e nós nos matamos de rir porque fizemos por merecer. Nós já pagamos os pecados e ele está lá na pior, então vamos rir. Porque estamos tão loucos de desespero que não conhecemos nada melhor. Só conhecemos objetos falsos e coisas para comprar. É como nos comunicamos, como nos expressamos. Comprando coisas. Eu tenho um sonho. O ápice dos nossos sonhos é um chapéu novo para o nosso boneco. Um chapéu que não existe, que nem está lá. Nós compramos coisas que nem existem. Mostrem-me algo real, gratuito e bonito. Não tem, não é? Isso nos quebraria. Estamos muito

anestesiados para isso. Nossas mentes sufocariam. Não aguentaríamos coisas boas. Por isso que quando encontramos algo maravilhoso, vocês racionam, e só então ele é ampliado, embalado e distribuído através de 10 mil filtros pré-designados até não ser nada além de uma série de luzes insignificantes, enquanto pedalamos todos os dias, indo para onde? Fornecendo energia para quê? Celas minúsculas e telas minúsculas, celas maiores e telas maiores [...] (FIFTEEN MILLION MERITS, 2011).



Figura 1. Discurso de Bing. *Black Mirror*, 15 Million Merits, 2011.

Sua revolta, porém, foi compreendida como performance, transformada em imagem e se tornou apenas mais um espetáculo a ser proliferado: Bing conquista a chance de expressar tudo o que pensa em seu próprio programa de TV, considerando essa realidade uma ideia de felicidade. Assim como Abi, Bing subiu ao palco com um objetivo e saiu dele com um novo destino traçado por aqueles que influenciam e mandam em todos. Seu quarto agora não é mais um cubo repleto somente de telas, mas uma sala iluminada pelo Sol, sua bebida foi substituída por suco natural e uma estátua de pinguim foi adicionada na decoração.

Com base no enredo agora descrito, estabeleceu-se uma relação entre o episódio, que claramente aborda a Sociedade do Espetáculo, ambiente mediatizado e propaganda onipresente, com as obras de Debord, sendo elas a Teoria da Sociedade do Espetáculo e teses situacionistas sobre predefinições.

## SITUACIONISMO: O MOVIMENTO DA DÉCADA DE 1950 PRESENTE NO SÉCULO XXI

Criar situações, provisórias e vividas, que te façam sentir liberdade e imunidade perante a alienação: esse é o conceito chave para se compreender as teses situacionistas. Vivemos num espaço construído sobre a base do capitalismo, repleto de persuasão e mediação. A cada rua cruzada, encontra-se algo que force o indivíduo a viver o sistema, de forma monótona e escravizada. Todo passo é dado com certa previsão, visto que não se há mais dinamismo das ações. Essa realidade se tornou alvo de críticas pelos participantes do

movimento, que defendia nada mais do que a vida a ser vivida de forma natural e consciente.

Com origem datada em julho de 1957, na Itália, a Internacional Situacionista foi um grupo de intelectuais (artistas, escritores, poetas, cineastas) liderado por Guy Debord, influenciado pelo Dadaísmo e Surrealismo, ambos movimentos marcados pelo questionamento, pela reflexão e pelo pensamento. A temática era constantemente voltada para questões políticas e artísticas, com críticas sobre a cultura mercantilizada e a sociedade de consumo.

As décadas de 50 e 60 foram marcadas por inúmeras revoltas e contestações, tendo a maioria dos grupos envolvidos o apoio do Situacionismo: comunidades negras dos EUA (1965); operários iniciáticos, fora dos sindicatos e partidos; conselhos operários da Espanha e Argélia; estudantes, unidos aos operários em maio de 1968.

O primeiro grupo, dono das revoltas contra violência e racismo, foi tema de uma leitura de Debord (2010), na qual afirma que “A revolta de Los Angeles é uma revolta contra a mercadoria, contra o mundo da mercadoria, e do trabalhador-consumidor hierarquicamente submisso aos padrões da mercadoria”; ou seja, escreve sobre o valor absoluto atribuído à mercadoria e sua abundância glorificada pela publicidade.

O último grupo, por sua vez, é protagonista do famoso Movimento de Maio de 68, na França, iniciado devido a invasão policial na Universidade de Sorbonne e a reivindicação pelo fim de posturas conservadoras. A influência da Internacional Situacionista era evidente: houve pichação de frases, por estudantes e não-estudantes, nos muros de Paris, distribuição de panfletos, pregação de discursos e a transformação do espaço público em palco de discussões.

## RELAÇÃO PERSONAGEM X OPERÁRIO: VIDA PADRONIZADA E CONTROLADA

Com base neste contexto histórico e num dos grupos amparados pelos situacionistas, a primeira análise surge com a apresentação dos personagens do episódio como operários de um sistema socioeconômico autônomo, independente do existente no exterior. Recebem tratamentos mecanizados e se comunicam com as telas ao redor; raras são as pessoas que ali estabelecem relações entre si. Vivem em função de predefinições: não fazem escolhas próprias (a não ser das refeições, com opções também já predefinidas),

nem adotam pensamentos autorais. Seguem o comum, e, quando ameaçam fugir dele, a ideia que surge é imediatamente adaptada a favor do sistema.

Quanto à aparência, os personagens, homens e mulheres, vestem uma espécie de uniforme, calça e camiseta, na cor cinza. Além da análise da representação do padrão na própria unicidade dos trajes, a utilização do cinza também é um ponto a ser observado. Seu significado pode ser relacionado primeiramente com a ausência de emoções, uma ideia apoiada pelo sistema nos relacionamentos individuais e coletivos e comprovada pela classificação do pinguim de origami, que simbolizava o amor de Abi por Bing, como algo inútil e sem valor. A cor também simboliza isolamento ou solidão, sentimentos que caracterizam o cotidiano desses operários. Pode indicar, inclusive, conservadorismo, filosofia praticada pelo sistema em questão, visto sua preferência ao padrão e sua intolerância ao diferente/novo.

É inevitável construir uma relação de semelhança entre a vida controlada e individualista dos personagens com o cotidiano de carcereiros e operários. A primeira foi estabelecida, inclusive, pelo próprio Charlie Brooker, admitindo sua inspiração num presídio localizado no sul de Minas Gerais: “É algo similar ao que acontece em um presídio brasileiro, onde os detentos pedalam para gerar energia e são recompensados [...]” (SAHD, 2018). O que acontece é graças ao juiz José Henrique Mallmann, que, em 2012, instituiu a utilização de bicicletas ergométricas em prol da produção de energia para oito postes da Avenida Beira-Rio. A cada 16 horas pedaladas, é reduzido um dia da pena do detento. Além disso, o fato do ambiente ser inteiramente fechado, cada personagem com seu quarto, compartilhando apenas o refeitório e a área com as bicicletas, sustenta a atribuição dessa semelhança.

A associação com os operários é possível devido ao individualismo presente em ambos os objetos de estudo. Diferente dos anos 80, época de melhor representação dessa classe por meio da formação de sindicatos, o corpo de operários moderno está marcado pela autonomia; não existe mais uma classe significativa, muito menos uma representação. As pessoas hoje tendem a trabalhar de forma mais autônoma, baseando-se em suas próprias necessidades. Como maior exemplo, tem-se a Uber, uma empresa prestadora de serviços na área de transporte privado urbano por meio de um aplicativo: um trabalho autônomo e prático, mas também fluido e com poucas garantias ao trabalhador.

No episódio, esse individualismo é base do estilo de vida dos personagens, cada qual com seu quarto, sua bicicleta, seu avatar e sua quantia conquistada de méritos. Não há

empatia ou quaisquer sentimentos pelo próximo: o objetivo é acordar só, obter méritos e investi-los no que reconhecer importante. Só.



Figura 2. Uniformizados, encarcerados e individualizados. *Black Mirror*, 15 Million Merits, 2011.

### UTOPIA: ANSEIO POR FUGA E LIBERDADE

Os situacionistas acreditavam no surgimento de uma nova sociedade após a revolução cultural, onde os indivíduos recusariam qualquer tipo de submissão, seja do cotidiano, seja de outras pessoas; o lazer seria tempo não mais para alienação, mas para prazer. Essa é uma crença utópica, visto que se baseia na origem de uma sociedade totalmente inédita a partir da criação de novos momentos/situações, além de que a dependência do sistema se tornou agravante e irreversível desde aquele tempo. Uma vez disse Lefebvre: “a arquitetura de situação é uma arquitetura utopiana que supõe uma sociedade nova, a ideia de Constant, [participante do IS] era que a sociedade não deveria ser transformada no sentido de continuar uma vida chata e monótona, mas no sentido de criar algo absolutamente novo: situações” (LEFEBVRE, 2009).

Assim como nas teses situacionistas, diferentes ou novos sistemas políticos (utopias, distopias, pós-apocalipse) são temas abordados em ficções científicas. A ideia básica da maioria das utopias é a de criticar o presente pensando em como mudar o futuro (CIORAN, 1960), representada nas obras desse gênero, predominante na série televisiva *Black Mirror*.

A utopia vivida pelos personagens é fundada no individualismo, visto que, com base na falência do social consequente do sistema, o único caminho para sair daquele ambiente escravizado, em partes, é pedalando sua própria bicicleta, somando méritos no seu placar e comprando um único e particular ingresso dourado para o programa promissor



*Hot Shot*; em partes por não haver uma real escapatória, mesmo conquistando uma vida sem a obrigação de pedalar. Bing e Abi, de modos distintos, continuam sendo escravos da plateia e da mídia, permanecem sendo seres influenciados e dependentes do sistema. É como se fosse, porém, uma escravidão consciente e fria, ao mesmo tempo: eles conhecem suas atuais situações, mas as aceitam, por preferi-las ao invés de pedalarem todos os dias.

### MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA: SOCIEDADE ESPETACULAR E MEDIATIZADA

Como uma metalinguagem da realidade, esta história de Charlie Brooker retrata uma sociedade digitalizada midiaticizada, tal como a que estamos inseridos. Guy Debord a denominou Sociedade do Espetáculo, teoria originada em 1967, que afirma que “toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORD, 1967, p. 13). Relações são mediadas por imagens e tornam-se verdades absolutas, do mesmo modo em que espetáculos surgem e tornam-se realidades indiscutíveis; “essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente” (DEBORD, 1967, p. 15).

Os meios de comunicação, por sua vez, donos de grande participação, não são os dominantes dessa sociedade; apenas servem de instrumento para a dominação àqueles que administram o sistema. Da mesma forma que em *Fifteen Million Merits*, esses meios de comunicação de massa são utilizados para moldar o corpo social com base nos interesses de alguém maior. A concretização disso se dá através do consumo, ou seja, do investimento de certa quantia monetária em algum produto ou serviço, divulgado pelos tais meios, predominantemente em mídia online. Assim como no episódio em análise, telas mediam o cotidiano das pessoas e suas principais atividades, incluindo o gastar/comprar. Dessa forma, “[...] o ciberespaço, não obstante seja uma realidade virtual que facilita os contatos humanos e o intercâmbio de informações e produtos, não deixa de ser o novo palco do grande espetáculo produzido pela cultura do dinheiro” (COELHO; CASTRO, 2016, p. 40).

Com o avanço da economia no espaço virtual, o espetáculo se tornou meio de divulgação e venda de mercadorias, ações concretizadas, muitas vezes, de maneira mais dinâmica comparada aos meios tradicionais, que, inclusive, tendem a encaminhar o consumidor para as plataformas digitais. Dessa forma, a indústria cultural, antes

desenvolvida exclusivamente em mídias *offline*, agora possui sua fonte principal de produção na proliferação dos espetáculos pelo ciberespaço, onde continuam “se consolidando como um dos princípios organizacionais da economia, da política, da sociedade e da vida cotidiana” (COELHO; CASTRO, 2016, p. 41).

Guy Debord ainda analisa essa extrema valorização e onipresença da mercadoria resumindo-a num conceito denominado “fetichismo da mercadoria”. É quando esse fetichismo atinge o ápice de desenvolvimento e dominação sobre um corpo social que surge a sociedade espetacular. “O espetáculo é o momento em que a mercadoria chega à ocupação total da vida social. Não só a relação com a mercadoria é visível, como nada mais se vê senão ela: o mundo que se vê é o seu mundo” (DEBORD, 1997, p. 30).

Não somente em objetos materiais e serviços essas mercadorias se resumem, mas podem se referir, inclusive, a um “produto humano”. Hoje, é parte do funcionamento do comércio digital a transformação da imagem de outrem em instrumento para ampliação de vendas. Pessoas famosas nas redes sociais são alvos de contratação para as marcas, que depositam nelas a responsabilidade de gerar necessidade e desejo no seu público. Da forma semelhante são tratadas as personagens que conseguem sair daquele espaço social graças ao programa *Hot Shot*, que incita participações por meio de comerciais motivacionais com relatos pessoais e mensagens de persuasão. Desse modo, a marca utiliza a imagem dos considerados vencedores para atrair as outras pessoas e, assim, sustentar seu sucesso.

Outro ponto a ser analisado é a caracterização atribuída de imediato para a palavra “espetáculo”, exposta no episódio: um conjunto de pessoas que compartilham uma atenção em algo, normalmente numa apresentação pública. Essa definição se concretiza com o exemplo da plateia virtual formada no início do *Hot Shot*, constituída pelos avatares que simbolizam cada integrante daquela sociedade. Este, por sua vez, se encontra preso no seu dormitório, tendo sua reação representada por um boneco que customizou conforme seus gostos e ambições.



**Figura 3.** Plateia virtual constituída por avatares. *Black Mirror, 15 Million Merits*, 2011.

Debord, para definir seu objeto de estudo, analisou a preferência pela representação à realidade, pela aparência ao ser; segundo ele, pois, Sociedade do Espetáculo não é apenas “um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1997, p. 14). Assim são representadas as relações sociais dos personagens de *Fifteen Million Merits*: espetacularizadas.

### LAZER: NÃO HÁ LAZER

Aparentemente, uma vida em que se deve acordar, pedalar quilômetros por dia, ganhando uma quantia de moedas para gastar onde bem quiser, é, por muitos, ansiada. Porém, o que aparenta ser uma espécie de liberdade com eterno lazer é, na verdade, uma prisão sem escapatória num sistema controlador das suas 24 horas.

Os personagens de *Fifteen Million Merits* exercem uma rotina baseada no ganho de méritos e quase imediato gasto dos mesmos, seja em programas de TV, alimentação, customização de avatar, presentes virtuais ou em penalidades. O capitalismo rodeia o episódio de tal forma que se assemelha a esse sistema no mundo real. Instruídos a consumir, desde sempre, os seres humanos também estão presos numa rotina em que o dinheiro e seu gasto são primordiais para se viver o dia. Não existe possibilidade alguma de você permanecer 24 horas sem consumir, sem desembolsar, sem concretizar sua participação no comércio. O uso do dinheiro para suprir desejos e necessidades é inevitável, praticamente vital. Como nos coloca Debord, essa relação é de docilidade e concretizada sem questionamentos:

Subitamente lavado do absoluto desprezo com que é tratado em todas as formas de organização e controle da produção, ele (o operário) continua a existir fora dessa produção, aparentemente tratado como um adulto, com uma amabilidade forçada, sob o disfarce do consumidor (DEBORD, 1997, p. 31).

A tal liberdade, que se pensa ter sido conquistada, não mais é pura em todos os seus sentidos. Um exemplo que comprova essa realidade é o turismo, ou seja, a prática de viagens com fins de entretenimento, visto por Cláudio Coelho como “um componente fundamental do ‘direito ao lazer’ e da ‘valorização’ do trabalhador como consumidor.” Segundo ele, a prática de submeter o turismo como uma simples forma a mais de incitar o consumo promove a equivalência dos espaços urbanos, agora desguarnecidos de subjetividade e significado. “Com a mercantilização dos espaços urbanos, as cidades, agora cidades-espetáculos, tornam-se comparáveis entre si do ponto de vista quantitativo (valor de troca)” (COELHO; CASTRO, 2016, p. 21).

Os chamados *hobbies* são outras ações praticadas em seu tempo (teoricamente) livre, organizadas também para maximização do lucro. “(...) O tempo em que se está fora do trabalho tem por função restaurar a força de trabalho”, para, no fim, incitar mais consumo (ADORNO, 2009). A percepção disso, porém, é quase nula, visto sua infiltração total na sociedade; o homem vive a falsa liberdade e não é capaz de constatar a real ausência dela, pois não experimentou existir de forma contrária, nem nunca irá. Não há escapatória.

[...] a própria necessidade de liberdade é funcionalizada e reproduzida pelo comércio; o que elas querem lhes é mais uma vez imposto. Por isso, a integração do tempo livre é alcançada sem maiores dificuldades; as pessoas não percebem o quanto não são livres lá onde mais livres se sentem, porque a regra de tal ausência de liberdade foi abstraída delas (ADORNO, 2009, p. 66).

Com base na utopia defendida pelos situacionistas, destaca-se duas principais ideias básicas de compreensão: a ciência da psicogeografia e o proveniente conceito de deriva. Destinada a analisar as interações entre os homens e o contexto ambiental em que estão inseridos, a Psicogeografia é uma ciência que reflete sobre os efeitos do meio ambiente urbano no psíquico e no emocional das pessoas envolvidas. A partir disso, realça-se a construção intencional do espaço urbano a favor da massificação das atividades, incluindo o consumo frenético.

Com base nisso, destaca-se uma ideia autoral de Guy Debord, de 1958, designada Deriva, que consiste na “prática de vagar sem rumo em grupos por toda a paisagem como forma de explorar a *psicogeografia*, termo cunhado pelos situacionistas para denotar a

influência do ambiente urbano erguido pelo homem na consciência” (GOFFMAN; JOY, 2007).

Sua aplicação se justifica em perder-se no território para compreendê-lo, a fim de transformar o cotidiano superficial em um conjunto de atividades livres e autorais. Os comportamentos, agora induzidos pela forma em que o espaço foi construído, evoluir-se-iam em condutas voluntárias e conscientes de autorias próprias, de personagens ativos principais, e não mais figurantes.

O fim único dos instrumentos descritos, para a Internacional Situacionista, é transformar a arquitetura urbana, através da construção de uma cidade total, onde o ser humano seria agente produtor, e não simples ator figurante. Denominado Urbanismo Unitário, o objetivo desse conceito é fundar “novas espacialidades que permitam modos de vida em consonância com processos de subjetivação apropriados, que integrem a cidade em uma rede permanente de interações com as devidas ressonâncias nas construções intersubjetivas inerentes à pluralidade da vida comum” (REVERBE, 2016). O conceito também foi definido pelo próprio Guy Debord como o “emprego do conjunto das artes e técnicas, como meios de ação que convergem para uma composição integral do ambiente”, devendo “conter a criação de formas novas e o desvio das formas conhecidas da arquitetura e do urbanismo [...]” (DEBORD, 2003, p. 54 *apud* COELHO; CASTRO, 2016, p. 23-24).

Essas práticas, porém, visto o sensacionalismo, a espetacularização e as dependências que circundam a sociedade atual, tornam-se praticamente inviáveis. O homem moderno vive em função do consumo, a favor da relevância para sua imagem, justamente por ter sido assim instruído. A esperança de uma revolta contra esse sistema é incoerente às características básicas que resultam no perfil do ser humano contemporâneo: subordinação, futilidade e estagnação. “Sob as condições vigentes, seria inoportuno e insensato esperar ou exigir das pessoas que realizem algo produtivo em seu tempo livre, uma vez que se destruiu nelas justamente a produtividade, a capacidade criativa” (ADORNO, 2009, p. 68).

O episódio é referência para exemplificar essa realidade. A deriva, por exemplo, é uma prática inexistente nesta obra, visto que os personagens, em quaisquer condições, aceitam viver submissos naquele espaço. Não há subjetividade nos comportamentos, muito menos uma tentativa de exterminar essa involuntariedade. Os sujeitos não vagam sem rumo, pelo contrário, já possuem pré-definidos os seus cronogramas; são peças de um sistema maior e supremo. Pode-se dizer que, de certa forma, essa conduta é semelhante à

da maioria das pessoas que vivem em cidades-espetáculo (COELHO; CASTRO, 2016, p. 21), cenários da Sociedade do Espetáculo. O ambiente geográfico foi construído de forma padronizada para prever ações e reações, influenciando consumo e comportamentos de compra. Exemplos que comprovam essa lógica arquitetônica são os ambientes de aeroportos e *shopping centers*, considerando sua construção a favor de caminhos únicos e ditados, como labirintos, com corredores repletos de lojas e de anúncios promocionais.

Somado a isso, o cotidiano dos personagens é marcado pela onipresença da propaganda, infiltrada no despertar até o adormecer. São obrigados a consumir imagens do mesmo modo em que são influenciados para gastar seus méritos nelas. Assim como os sujeitos do episódio, desde o momento em que abrimos os olhos até o instante em que os fechamos por algumas horas, somos bombardeados pelas marcas e seus lançamentos de produtos, identidades visuais, comerciais, reformulações, experiências e histórias, que transformam tudo em mercadoria, com a intenção de provocar-nos a manutenção do funcionamento do sistema capitalista: desembolsando dinheiro. Outra semelhança se encontra na caracterização do ambiente social real, repleto de informes publicitários em mídias online, offline e *out of home*, como empenas de prédios, *outdoor*, *busdoor*, painéis luminosos ou eletrônicos, painéis urbanos e rodoviários.

Com isso, é possível o desenvolvimento de outras análises psicogeográficas, baseando-se na onipresença publicitária e na sua influência sobre o comportamento humano. As informações presentes no espaço urbano são tantas que o tempo de digeri-las, interpretá-las e compartilhá-las após implementação de um significado subjetivo é praticamente inexistente; enquanto recebemos uma nova mensagem, outra já está por vir, e, logo após, mais outra, num processo inesgotável de devoramento do saber, por nós e por ele próprio, resultando na falta de fundamento sustentável de significação. “(...) Na era do ciberespaço, [...] em vez de democratizar o acesso da informação e do conhecimento, a reprodutibilidade tem esvaziado muito mais o potencial revelador e esclarecedor das imagens por meio delas mesmas, com o seu uso exacerbado e indiscriminado” (COELHO; CASTRO, 2016, p. 45).

Esse processo é favorecido, conseqüentemente, pelas plataformas digitais. Através delas, inclusive, as marcas comercializam produtos e campanhas segmentando seu público por meio da geolocalização: quando ativado, o GPS é ferramenta primordial para as empresas atingirem consumidores que se encontram próximos dos pontos de venda ou de locais estabelecidos pela marca. No momento em que entram, saem ou permanecem no

perímetro determinado, esses clientes potenciais recebem ofertas e anúncios nos seus dispositivos móveis, tornando o consumo final um processo de provável concretização.

### CONCLUSÃO: CRÍTICA SOBRE A PERSUASÃO NO ESPAÇO URBANO

Com o auxílio de análises a respeito da onipresença da propaganda e a estrutura social, se faz possível o estudo da arquitetura urbana e sua influência direta sobre a consciência humana. Apesar da atualidade desse fato e do aspecto futurista trazido pela série em questão, teses situacionistas do século XX se tornam essenciais para comprovar a construção intencional do espaço urbano, responsável por persuadir consumidores ativos e potenciais, incitando, dessa forma, atividades massificadas e a prosperidade do consumo.

Os participantes desse movimento defendiam a criação de situações, provisórias e vividas, promotoras da liberdade e da inalienação; acreditavam no desenrolar natural e autoral da vida, conquistado após uma espécie de revolução cultural, que surgiria no momento de recusa por parte da sociedade a qualquer tipo de submissão; aspiravam por decisões conscientes e voluntárias, não mais concretizadas a partir de um comportamento induzido pela padronização do ambiente geográfico, vidente de ações e reações. O Situacionismo, pois, utiliza da Psicogeografia para elaborar uma ideia de ação utópica que, teoricamente, transformaria o palco do espetáculo num verdadeiro espaço subjetivo de atividades reais, desenvolvidas por agentes ativos e não mais por meros figurantes. Para tal, Debord cria o conceito de Deriva, que consiste na prática de vagar sem rumo pelo espaço urbano, contrariando as predefinições do sistema.

A crítica principal que surge a partir dessa visão baseia-se na incompatibilidade com as características comportamentais do homem, combinadas em subordinação, estagnação e alienação. A esperança por eclosão de uma sociedade nova, livre de qualquer tipo de dominação ou influência, é incoerente à vida de décadas marcada por repressão, decretos e otimização do tempo. O homem não experimentou existir de forma contrária, nem nunca irá; ele ainda acredita possuir certa autonomia em suas decisões, sem saber que se afunda numa falsa noção de liberdade que o perseguirá por toda a vida.

Somado a isso, o crescente ramo publicitário se expressa materialmente pelas ruas e centros de comércio, onde é explícito o poder de dominação, devido tanto a abundância física quanto a eficiência da comunicação. Presentes literalmente em todo lugar, as marcas, a partir do conhecimento que recolhem de seu público (de forma transparente ou não),

desenvolvem a melhor forma de se apresentar a ele, alvejando um *feedback* bem-sucedido. Esse processo é auxiliado, pois, pela característica mais marcante no corpo social atual, detentor do poder de compra: o consumismo frenético.

Dessa forma, o espaço urbano construído intencionalmente, acompanhado pela propaganda onipresente e pela gradual expansão de participação do ciberespaço no consumo, servindo tanto como meio de compra quanto como ambiente de compartilhamento de opiniões, influenciam esse tipo de comportamento, que tende a obter o domínio sobre todas as segmentações psicográficas, tornando um atributo comum de qualquer tipo de consumidor.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor Wiesengrund. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto; CASTRO, Valdir José de. (Orgs.). **Cultura, Comunicação e Espetáculo**. Editora Paulus, 2016.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**: Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Editora Contraponto, 1997.

\_\_\_\_\_. “O declínio e a queda da economia espetacular-mercantil”. **Sopro**. 2010. Disponível em: <<http://www.culturaebarbarie.org/sopro/arquivo/debord.html>>. Acesso em: 1 Abr. 2018.

DÚVIDAS. **Superbotao.com.br**. Disponível em: <<http://www.superbotao.com.br/faq.html>>. Acesso em: 3 Jun. 2018.

**FIFTEEN Million Merits**. Direção de Euros Lyn. Roteiro: Charlie Brooker e Konnie Huq. In Black Mirror. Netflix, 2011.



FRANCESCHI, Giulia. “Supervalorização da imagem e a dependência tecnológica: o retrato da teoria da Sociedade do Espetáculo em Black Mirror”. **Anais do X SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER**, São Paulo, 2017.

GOFFMAN, Ken; JOY, Dan. **Contracultura Através dos Tempos**. Editora Ediouro. 2007.

MARCUS, Greil. **Lipstick Traces: A Secret History of the 20th Century**. Editora Harvard, University Press: 1969.

LEFEBVRE, Henry. Entrevista concedida a Kristen Ross [1983]. **Guy Debord Blog**. Jun. 2009. Disponível em: <<http://guy-debord.blogspot.com/2009/06/henri-lefebvre-e-internacional.html>>. Acesso em: 29 Ago. 2018.

SAHD, Luiza. “Detentos pedalam para produzir energia elétrica em presídio de MG”. **Superinteressante**. Editora Abril, São Paulo, 4 julho 2018.

SIGNIFICADO da Cor Cinza. **Significados**. 2015. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/cor-cinza/>>. Acesso em: 12 mai. 2018.

TEORIA da deriva e o urbanismo situacionista. 2016. **Reverbe.net**. Disponível em: <<http://reverbe.net/cidades/portfolio/teoria-da-deriva-e-o-urbanismo-situacionista/>>. Acesso em: 1 Abr. 2018.

VIEGAS, Júlio. “A evolução dos modelos de negócio envolvendo apps”. **OneDayTesting Blog**. 2016. Disponível em: <<http://blog.onedaytesting.com.br/evolucao-dos-modelos-de-negocio-envolvendo-apps/>>. Acesso em: 2 Jun. 2018.