

IMAGENS E MIRAGENS: O ESPAÇO NA TELA E A SUBJETIVIDADE DO ESPAÇO

Marco Souza**

“A ilusão, qualquer que seja a causa que a produz, arte ou ciência, sempre exerceu sobre o ser humano uma grande sedução”.

Maurice Brincourt

RESUMO: A tela é um dos produtos mais característicos da cultura humana. A sua presença no mundo contemporâneo se dá de maneiras variadas e de formas vitais para o funcionamento das tecnologias mais modernas. Porém, mais do que um processo tecnológico, a tela assume um papel de depósito de criação cultural e de potência subjetiva.

PALAVRAS-CHAVE: Tela. Espaço. Subjetividade.

IMAGES AND ILLUSIONS: THE SPACE OF THE SCREEN AND THE SUBJECTIVITY OF THE SPACE

ABSTRACT: The screen is one of the most characteristic products of the human culture. Its presence in the modern world is manifested in a variety of ways and forms which are vital to the functioning of the most modern technologies. More than being a technological process, though, the screen takes over the role of cultural creation and subjective potency.

KEY WORDS: Screen. Space. Subjectivity.

* Jornalista e Doutor em Comunicação e Semiótica, pela PUC-SP. Pesquisador do Centro de Estudos Orientais da Puc/SP

E-mail: eugenidis@hotmail.com

Recebido em: 21/07/2008

Avaliado em: 18/08/2008

O espaço pode ser entendido como um dos elementos mais fundamentais da cultura e até mesmo de todo o universo. É assim que o termo espaço é amplamente utilizado para os mais diversificados fins, podendo designar o vazio entre galáxias, a distância entre dois lugares, a área de alguma superfície ou o volume de um objeto específico. Podendo também referir-se a determinadas sensações que podem estar ligadas com a compreensão de vazio. Portanto, o mais correto é reconhecer que o espaço fala no plural, e que o próprio termo veicula uma carga ambígua de significados.

Mas, do ponto de vista do entendimento do termo, são possíveis abordagens diversas, variando conforme o enfoque da análise. Em conhecimento corrente, exposto em qualquer dicionário, constata-se que o espaço é, entre outras definições, : distância entre dois pontos, ou área ou o volume entre limites determinados; lugar mais ou menos bem delimitado, cuja área pode conter alguma coisa; extensão indefinida; extensão onde existe o sistema solar, as estrelas, as galáxias; período ou intervalo de tempo, vagar, demora, delonga. Ficando claro que todas essas acepções tratam de entidades absolutamente físicas, no sentido material, palpável. Afinal, é através do espaço que é possível perceber onde se está, onde se deve ou não entrar, o que se deve ou não percorrer e conhecer. É, portanto, um espaço físico e vivido. No qual, com efeito, verifica-se a presença de elementos fixos e variáveis, a proliferação de pontos de concentração e de esquadramento, a organização de linhas e trajetos, a expressão de movimentos que se encontram delimitados por pontos fixos, e a delimitação de superfícies dimensionais organizadas segundo um padrão.

Sendo assim, toda essa importância da presença do espaço afeta, conseqüentemente, qualquer instância da realidade humana. E é uma situação tão ampla que envolve, até mesmo, os meios audiovisuais de comunicação de massa. Já que para esses meios, essas nomeações, estados e procedimentos espaciais assumem, igualmente, uma função e uma posição cruciais. Principalmente porque a conceituação e a formatação do espaço implicam em uma série de questionamentos sobre as maneiras de encarar e de analisar as relações entre a imagem, o movimento e o sujeito que ocupam as extensões de diferentes modelos de tela. Não é por acaso que a concepção audiovisual do espaço é fundamental, pois permite, justamente, categorizar os processos de criação audiovisual como uma apropriação do espaço. Pois, esse tipo de meio, sendo uma prática multifacetada, depende da ordenação espacial das suas produções que só existem, realmente, por causa da aplicação do espaço que é captado, montado e mostrado à visão.

Por isso, a tela foi, progressivamente, sendo estruturada em uma variedade de superfícies e de tamanhos que foram espacialmente organizados para condensar e receber a percepção (que envolve imagem, som e fala) do fruidor. É toda uma rede de ligações que promove a geração de produtos audiovisuais destinados a preencher, como objetos de consumo¹, os espaços das telas dispostas pelas projeções cinematográficas, pelas televisões, pelos computadores, pelos monitores dos aviões comerciais, ônibus, metrô, carros, elevadores e nos displays dos celulares, Ipods, iPhones.

Portanto, é possível até afirmar que, de certa maneira, a presença de uma tela que liga o indivíduo a sua fruição audiovisual tem como fundamento a subjetividade, e como base um espaço, que irão condicionar a regularidade de uma série de operações e de reações que foram, paulatinamente, instituindo uma das organizações mais características das sociedades modernas. Entender a variedade audiovisual como um elemento das atuais estruturas sociais significa perceber como essa combinação de entretenimento e de arte resulta diretamente da construção de um espaço físico, social e cultural.

Ou seja, a delimitação de uma extensão própria valorizada tanto na representação da realidade quanto na expressão do imaginário através de um jogo espaço-temporal de imagens e sons, só se completa e se imprime, de fato, na relação estabelecida entre o indivíduo e o que é oferecido pela tela. É isso o que faz com que a variedade audiovisual ocupe uma posição específica entre as instituições que compõem as sociedades contemporâneas. Assim, essa variedade deve ser compreendida, principalmente, como um componente vital de aspectos mais amplos da vida moderna.

Dessa maneira, o percurso progressivo da formação e da produção audiovisual instituiu, então, uma série de normas que – por mais que estejam passíveis de alguma variante ou de algum experimentalismo – acabam, exatamente, normatizando e direcionando as diversas matizes de produção audiovisual. Então, mesmo com as influências e modificações de todo um diversificado avanço técnico

e temático, os variados gêneros da prática audiovisual (desde a sua especificação como um meio que depende de uma linguagem própria para se exprimir) trabalham, constantemente, em consonância com uma série de regras básicas que acabam ditando tanto suas formas quanto suas funções.

De fato, toda imagem em movimento é estruturada para ser assistida em algum tipo de tela. São imagens espacialmente articuladas para englobar e acionar a visão do fruidor de acordo com os limites tratados e mostrados no espaço da tela. A exata dosagem dessas oportunidades espaciais de diferentes medidas acaba imprimindo as possibilidades de deslocamento e de apreensão da percepção, e a conseqüente criação de pontos progressivos de atração que aparecem como uma série de posições espaciais transmitidas em seqüência. A repetição ou alternância dessas combinações de acordo com o tipo de efeito ou de intenção pretendidos pelas normas básicas da linguagem audiovisual estabelecem o ritmo e a ordem das imagens, já que os elementos que compõem uma imagem em movimento apresentam a noção de que uma forma demarcada por limites altamente determinados é muito mais fixada do que outra sem limites específicos. Portanto, é indispensável perceber que o campo visual do fruidor define seus limites perceptivos de acordo com o espaço que as imagens ocupam na tela que assume, com isso, o papel de ponto de referência e de único canal de percepção definida da imagética audiovisual.

Nesse sentido, a fruição de uma imagem em movimento não está baseada, unicamente, na:

Atenção para a forma humana. Tamanho, espaço, histórias, tudo é antropomórfico. Aqui, a curiosidade e a necessidade de olhar misturam-se com uma fascinação pela semelhança e pelo reconhecimento: a face humana, o corpo humano, a relação entre a forma humana e os espaços por ela ocupados, a presença visível da pessoa no mundo. (MULVEY, 1983, p. 442)

Dentro do espaço, por conseqüência, se desenvolve ou acontece algo, acontecem eventos. Eventos que pressupõem a intervenção de indivíduos, de ambientes e de objetos. Torna-se necessário, entretanto, fazer um acréscimo nessas afirmações. Principalmente porque não é apenas o espaço ocupado pela forma humana que o fruidor procura. Mas, é, sintomaticamente, a própria presença de um espaço ou até, mais ainda, a própria presença de um espaço de tela que possibilita

essa procura. De certa forma, o espaço audiovisual não pode ser totalmente antropomorfizado porque ele não pode ser concebido como um corpo humano², mas sim como algo distinto dos corpos, algo, portanto, que os recebe, que os contém e que os cerca, algo de natureza diferente. O fruidor segue o espaço, porque o produto audiovisual não se explica apenas pelo movimento da imagem, mas, igualmente, pelo movimento da visão, da audição, enfim, da percepção.

O espaço da tela é, justamente, o campo perceptivo do fruidor em suas dimensões, e é evidente, então, que os lados e os formatos que limitam o espaço ocupado pela imagem se tornam as diretrizes fundamentais desse campo. No espaço da tela aparecem uma série de espaços presentes nos diferentes ambientes e ordenações propostos pelas imagens em movimento. O objeto da percepção oferecido pela tela é sempre construído, é sempre exibido através de uma rede de relações. Por isso, entender a variedade da produção audiovisual significa entender, antes de mais nada, como ela divide e organiza o espaço do campo perceptivo a partir de um repertório característico.

Nessas condições, o espaço é conduzido nos meios audiovisuais como um fator de ordem que permite informar que a gênese da enunciação não é apenas o sujeito, a forma humana. Já que todo enunciador é, ao mesmo tempo, enunciatário de um processo de disposições estruturadas pelas próprias características do meio audiovisual e representadas pelas singularidades do ambiente espacial. Dessa maneira, o sujeito fruidor, como um sujeito audiovisual, desempenha um papel ativo e construtivo para o qual os conceitos relativos ao espaço fundem-se com as ações da percepção.

Por isso, é necessário observar que o campo perceptivo do fruidor define seus limites de acordo com o espaço audiovisual que transforma-se, assim, em uma espécie de espaço subjetivo. Subjetividade que surge e encontra suas condições de existência em uma determinada ordenação espacial de posições, de manifestações, de distâncias e de aproximações. Por outro lado, é preciso reconhecer que o espaço audiovisual não predetermina absolutamente, ele também representa uma construção em que se reconhecem ou não intencionalidades e dimensões espacialmente organizadas. Mas, ao mesmo tempo, ele significa, igualmente, operar uma seleção. Disso deriva que essa seleção não pode deixar de pertencer a

² É claro que existem conexões e influências entre o formato corpo humano e o formato urbano, que é, em si, uma maneira de organização espacial (SENNETT, 2001). Mas, é também uma conexão que difere claramente o que é o corpo e o que é espaço

pontos de referência que tendem a coincidir com os pontos de referência aos quais o sujeito da percepção pertence.

Na cartografia audiovisual, o espaço é o mapa do fruidor porque não há imagem sem movimento e nem movimento sem espaço. E esse espaço audiovisual pode ser dividido entre o que está compreendido no campo de visão do fruidor e o que está fora do campo de visão do fruidor. Ou seja, é um espaço constituído por tudo que o olho apreende na extensão da tela e também pelo que o olho não apreende, porque não está ainda colocado ou porque não está colocado na extensão na tela.

Tomemos um exemplo [...], extraído do filme de Buster Keaton **The General**. Trata-se do plano em que se dá o encontro dos dois exércitos, as margens do rio, enquadrado por uma câmera em posição de picado (**plongée**) e aberta em plano geral. De repente, soldados inimigos surgem no primeiro plano (**foreground**), exageradamente aumentados em relação ao grupo anterior. O espectador então se dá conta da existência de um espaço que prolonga aquele que a tela exhibe, algo como uma elevação que domina o rio e que a posição da câmera nos impede de ver. Ele pode então intuir esse espaço que não vê e que o enquadramento mascara. A ‘quarta parede’ se faz sentir como uma ausência, logo preenchida pelo fantasma que o espectador coloca em seu lugar. (MACHADO, 1996, p. 76).

É uma situação que ressalta, com isso, como o espectador não possui o espaço audiovisual, mas, de fato, o percorre, o vivencia e, literalmente, assiste a ele. Portanto, ao se tratar do espaço inerente a imagem audiovisual, é necessário ter noção das diferenças entre o espaço do campo, o espaço do extracampo, o espaço do quadro e o espaço do plano. A noção de espaço do campo é utilizada para fazer uma referência às entradas e saídas de personagens em cena, levando-se em conta, a totalidade do espaço “misancênico”. O espaço do extracampo é o espaço “misancênico” fora da visão do espectador. Para a delimitação desses dois espaços, existe o quadro que se refere, basicamente, aos elementos dispostos em cena. O espaço do plano leva em consideração o tipo de enquadramento obtido pelo registro técnico da imagem. Apesar de todas essas diferenciações, a imagem audiovisual só passa a ser uma forma específica através da sua disposição pela superfície da tela. É só assim que ela adquire um “comportamento” espacial de

acordo com todos esses fatores que a compõem e também de acordo com as operações visuais-perceptivas do fruidor.

Por meio da soma dessas características, é possível realizar uma série de experiências interessantes que são, exatamente, conduzidas por uma variação espacial direcionada por revelações, dilatações e contradições. Com efeito, em um filme de cinema como, por exemplo, *Playtime-Tempo de Diversão* (1967), a questão do espaço dita a própria narrativa. Os espaços do filme são complexos e contínuos, concebidos com um intento uniformizante que percorre um aeroporto, prédios de escritórios, um hospital, habitações, ruas, corredores estreitos, grandes janelas de vidro fumê, baias metálicas, tráfico intenso.

Em *Playtime*, as personagens se movem em conjunto de maneira espetacular, nos diversos pontos do espaço; elas realizam malabarismos e usam as mesmas tonalidades nas vestimentas, movimentando-se sobre cenários de cores frias pelas ruas de uma desgastada e gélida Paris (a Torre Eiffel é só reflexo em uma porta espelhada). São personagens que quase não emitem nenhum diálogo, nenhuma troca compreensível de palavras, as falas não dispensam o quadro, são grunhidos, notas musicais colocadas sem sincronia, e a montagem das cenas não faz o sentido da continuação, mas da perseguição de um gesto, de um objeto, de um animal, de uma pessoa ou de um movimento inesperado. Todos surgidos ao acaso e todos praticados pela extensão de um espaço.

Já em um outro filme de cinema como *Dogville* (2003), a definição do espaço da ação é diluída através de paredes simbólicas, de prédios e casas desenhados com giz no chão do tablado de um galpão que serve como uma espécie de planta de uma cidade em tamanho natural, que condiciona a movimentação contida de todos os personagens. O entendimento do espaço “esvaziado” de *Dogville* depende da imaginação do fruidor como uma espécie de ponto de referência, porque o espaço em *Dogville* engendra uma atmosfera que é simbolicamente um referente adequado dessa concepção de esvaziamento espacial, mas que, mesmo assim, envolve e estimula a percepção do espectador.

Em uma série de televisão como *Plantão Médico* (*ER*, 1992-2009, EUA), a grande maioria das seqüências dos episódios acontece nas dependências de um hospital. Mas mesmo com limitação espacial, o espaço consegue criar o efeito de uma movimentação contínua e sem limites definidos em que as personagens entram e saem sempre praticando algum tipo de ação urgente, algum tipo de ação que imprime a sensação de ser realizada em grandes espaços. Em uma outra série de televisão como *24hrs* (2002), a narrativa percorre simultaneamente uma

multiplicidade de ambientes diferentes que se interpenetram e se sobrepõem. A tela da televisão é, em determinados momentos, fragmentada em quatro para mostrar diferentes seqüências e ações. Só que aqui, a articulação do espaço consegue criar um efeito contrário no qual a variedade espacial transmite, na verdade, uma sensação contínua de claustrofobia, de contenção, de falta de espaço.

Em um produto audiovisual como o criado para o meio digital³, a noção de espaço é o resultado de uma virtualização na qual ainda persistem as localizações físicas tanto na possibilidade de ação quanto na ação interativa do interator. Assim, em games como *The Sims* (2002), *Black & White* (2001), *Tomb Raider* (1996), *Final Fantasy* (1987) e *Counter Strike* (1999), a ordenação do espaço do jogo não é direcionada para o interator, para o jogador, para o fruidor. Mas, de fato, para o próprio jogo. Já que é o jogo (o espaço do jogo) que enreda o jogador, que o mantém no caminho da interação, que o mantém em jogo. A virtualização do espaço não representa, então, apenas objetos e sistemas criados e exibidos digitalmente. Representa também a elaboração e a transmissão de áreas espaciais ativas que demandam uma impressão de movimento (e todo movimento precisa de espaço) para que o fruidor possa navegar através das histórias, escolher o que, quando e como fazer dentro da trama, e se envolver com o contexto de cada game. Então, é essa sensação que o game transmite para o fruidor. A sensação de percurso de um espaço (mesmo que um espaço virtual) que permite ao interator não só sentir que está jogando, mas, também, ter uma espécie de percepção de que está direcionando o jogo ao se movimentar espacialmente.

Dessa maneira, a noção de virtualização do espaço permite um outro tipo de compreensão do espaço audiovisual. Pois, de acordo com os conceitos de Edmond Couchot (2001) o virtual é resultado de uma evolução das técnicas de figuração que leva a uma ruptura com os modelos de representação. A imagem virtual não mais representaria o real, ela o simularia. Essa concepção, todavia, é problemática porque nenhuma arte reproduz com fidelidade o real. Cada meio de expressão artística representa a realidade em função dos processos de modelagem e de mediação que lhe são próprios, se a arte busca uma ilusão referencial, essa ilusão muda constantemente. Quando se define o virtual nos termos de uma imagem tecnicamente auto-referente que não reproduz o real preexistente, pode-se dizer que tanto a pintura, de todas as épocas, quanto o cinema, a televisão e o meio digital produzem imagens virtuais.

³ Que não por acaso tem a alcunha possível de ciberespaço

Nesse sentido, a representação do espaço audiovisual pela topologia da tela é sempre uma espécie de ilusão baseada na troca de experiências, de informações e de conhecimentos. Ou seja, o olhar do fruidor tem que estar disposto a ver para crer. Mas, na imagem audiovisual, ver para crer significa apreender as ações e as dimensões de imagens virtuais (do cinema, da TV ou do meio digital) que necessitam, basicamente, da atenção do fruidor ao que é relevante no espaço. A atenção se volta para lá e para cá na tentativa de unir as coisas dispersas pelo espaço diante dos olhos. Tudo se regula pela atenção e pela falta de atenção. Tudo que entra no foco da atenção se destaca e irradia significado no desenrolar dos acontecimentos que são pautados por cores, superfícies, volumes, contrastes e ritmos visuais.

Só que existe uma distinção entre atenção voluntária e atenção involuntária. A atenção é voluntária, quando o indivíduo é acercado das impressões como uma idéia pré-concebida de onde quer colocar o foco. A observação do espaço fica impregnada de interesse pessoal e de idéias próprias. A escolha prévia do objetivo da atenção leva o fruidor a ignorar tudo o que não satisfaça aquele interesse específico. A atenção voluntária direciona a maneira de perceber o espaço. A atenção involuntária é muito diferente. A influência diretiva lhe é extrínseca, o foco de atenção é dado pelas coisas percebidas pelo indivíduo. Por exemplo, tudo que é barulhento, brilhante ou insólito atrai a atenção involuntária. Automaticamente, a percepção se volta para a apreensão desses efeitos e dessas ocorrências. A atenção involuntária é direcionada pelo que acontece no espaço.

É evidente, então, que na imagem audiovisual são utilizados todos os meios cabíveis para não perder e sim atrair a atenção do fruidor. Mas, mesmo assim, a atenção voluntária e a involuntária caminham sempre juntas. Só que no caso específico da imagem audiovisual, as duas são guiadas, especialmente, pelos sentidos da visão e da audição. Sendo a visão humana binocular, dá-se a convergência dos raios ópticos para um espaço determinado. A visão procura fixar os elementos que compõem o espaço, retendo a atenção principalmente em alguns em detrimento de outros. A visão, portanto, vai oferecer uma memória maior que qualquer outro sentido.

Por isso, quando se vê um espaço pela primeira vez, uma só vez, a memória visual imagina e complementa o que falta. Enquanto que ao se olhar por uma segunda vez, pode-se ver com mais nitidez para preencher os pontos parecidos e os que faltam no que foi visto anteriormente. A audição, por sua vez, permite sensações múltiplas, mais confusas do que a visão, não apresentando a capacidade

de focalizar como o faz a visão. É como se fosse uma esfera sem limites fixos. Não se trata, então, de um espaço pictórico, encaixado, mas sim, dinâmico, em fluxo constante, criando suas próprias dimensões de momento em momento. A audição caracteriza-se, com isso, por não ter fronteiras rígidas e por ser indiferente a alguns elementos que compõem o espaço. A visão focaliza, localiza, abstrai, situando por necessidade cada detalhe do espaço, contra um fundo. A audição, porém, acolhe o som proveniente de qualquer direção.

A partir dessa combinação entre atenção, visão, audição e posição de perspectiva do fruidor, entende-se que a construção do espaço é o resultado de uma combinação simultânea entre o plano perceptivo e o plano da representação. Por isso, a fruição do espaço da imagem audiovisual acontece através de um estado perceptivo que é estruturado dentro de uma ordem que se processa, das relações topológicas iniciais para as relações projetivas e métricas posteriores, que são organizadas de acordo com o posicionamento diante da tela e com a coordenação da aproximação e do deslocamento dos elementos que compõem o espaço. Principalmente porque, seja ao vivo, ou seja, na tela, tudo isso acontece, precisamente, através do espaço. Já que:

Para apreender a informação do espaço, é necessário fragmentá-lo, transformando-o em lugar informado. É necessário ultrapassar aquela totalidade homogênea do espaço para descobrir seus lugares nos quais a informação se concretiza, na medida em que produz aprendizado e comportamento traduzidos nos seus signos, usos e hábitos. [...] O espaço se concretiza na e pela informação que o compreende e que o apreende. (FERRARA, 1993, p. 153)

É assim que o espaço audiovisual, do ponto de vista técnico, procede por justaposição e adição. Isto é, por uma ação conjunta que opera sobre um plano de semelhança com a realidade, mas, com a possibilidade de uma transposição que é captada pela percepção e é traduzida como um mosaico por meio de diferentes relevos e perspectivas. Desse modo, a informação do espaço audiovisual é resultado de uma representação virtual e imagética que só acontece, de fato, por causa da troca e do estabelecimento de informações entre a percepção e esse tipo de representação. Assim, o universo de possibilidades conhecidas dos meios audiovisuais remete, diretamente, não só a questões tecnológicas, mas, igualmente, ao universo simbólico da cultura.

Por esse viés, torna-se cabível afirmar que existe até mesmo uma subjetividade do espaço, ou mais propriamente uma subjetividade da tela. Pois, o conceito de subjetividade é passível de muitas interpretações. Fala-se em subjetividade, por exemplo, para designar um estado interno do indivíduo de caráter genérico. A consciência de um determinado objeto, o conjunto de pensamento, a expressão lingüística, o campo semiótico do sujeito e tantas outras formas de externalização do conteúdo interno de um indivíduo ou de uma coletividade, têm sido consideradas como expressão da subjetividade. Portanto, a subjetividade pode também ser entendida como um ponto de vista sobre o mundo, um ponto de vista que é construído pelo sujeito, mas que é, ao mesmo tempo, construído, igualmente, por determinadas características do ambiente sócio-cultural em interação com o sujeito. Com isso, a subjetividade não é, acima de tudo, uma estrutura que permanece inalterável e única através dos tempos.

Sendo assim, toda invenção pode, nesse sentido, ser considerada social em suas causas, da mesma maneira que toda novidade inserida no campo social pode ser considerada subjetiva em suas causas. Ou seja, o espaço não é uma invenção humana, mas, a sua percepção e a sua transposição para a imagem audiovisual e para o espaço da tela são, essencialmente, criações técnicas da inventividade humana. O mundo é partilhado e mediado por telas coloridas, brilhantes e cheias de movimento e ação. A tela (em todas as suas variações) é, atualmente, um componente corriqueiro do cotidiano humano. A tela é um espaço virtual que atua como um suporte e como uma presença do espaço. Algo que faz com que os vetores da experiência subjetiva contemporânea também estejam, indissociavelmente, associados com esse tipo de artefato tecnológico. A tela apresenta diferentes espaços e, assim, desencadeia um processo singular e ativo de comunicação e de imaginação. Nesse sentido, a simetria (e também a assimetria) entre a organização audiovisual e a organização do espaço é aquilo que constitui uma separação e também uma instauração de outro nível que é materializado na tela ao assumir a posição de uma “imensa fábrica de subjetividade” que permite a vazão e sedimenta a divisão dos espaços audiovisuais entre o que aparece na tela e o que está fora dela. Afinal, não é por acaso que o ser humano para compreender o que está ao seu redor, precisa criar um espaço, precisa ser “limitado” para conseguir enxergar tudo que está circunscrito pelo espaço. Com isso, a tela é uma indicação precisa de como existe uma necessidade física e cultural de se estabelecer um espaço, para que seja possível delimitar qual é o lugar do sujeito e qual a extensão subjetiva do espaço audiovisual.

REFERÊNCIAS

- 24h. Direção e roteiro: Robert Cochran; Joel Surnow. Produção Imagine Entertainment. EUA: Fox, 2002.
- AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Trad. Maria Lúcia Pereira. 3. ed. Campinas: Papyrus, 2003.
- BLACK & WHITE. Criado por Richard Evans. EUA: Lionhead Studios, 2001.
- COUCHOT, Edmond. Da representação à simulação. In: PARENTE, André. **Imagem - máquina**: a era das tecnologias do virtual. Rio de Janeiro: Editora 34, 2001.
- COUNTER-STRIKE. Criado por Minh Le e Jess Cliffe. Los Angeles: Sierra Entertainment/Vivend Universal Games, 1999.
- DARLEY, Andrew. **Visual digital culture**: surface play and spectatle in new media genres. London: Routledge, 2000.
- DOG VILLE. Direção e roteiro: Von Trier. Produção: Wibeke Windelov. São Paulo: California Filmes, 2003. 1 DVD (171 min), NTSC, son. Color.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **O olhar periférico**. São Paulo: Edusp/Fapesp, 1993.
- FINAL FANTASY. Criado por Hironobu Sakaguchi. EUA: Square Enix, 1987.
- GARDIES, André. **L'espace au cinéma**. Paris: Meridiens Klinckrieck, 1993.
- GREINER, Christine; AMORIM, Claudia (Orgs.). **Leituras do corpo**. São Paulo: Annablume, 2003.
- HINE, Christine. **Virtual ethnography**. London: Sage Publications, 2000.
- MACHADO, Arlindo. **Psicanálise & cinema**: sobre o sujeito da enunciação cinematográfica. In: CHALHUB, Samira (Org.). **Psicanálise & contemporâneo**. São Paulo: Hacker/CESPUC, 1996.
- _____. **O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges**. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001.
- MULVEY, Laura. **Prazer visual e cinema narrativo**. In: XAVIER, Ismail (Org.). **A experiência do cinema**. Rio de Janeiro: Graal, 1983.
- MURRAY, Janet H. **Hamlet on Holodeck**. Trad. Marcelo Cuzzioli. São Paulo: Unesp/Itaú Cultural, 2003.
- ORTEGORA, Márcia Aparecida. **Desconstrução no cinema Noir**: entre o espelho e o congelamento das imagens. 2002. 145 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.
- PARAÍSO, Ana Valentina. **Do outro lado do espelho**: o desvelamento do duplo a partir da experiência do sujeito no campo da imagem. 2002. 116 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2002.

PLANTÃO MÉDICO. Produção: Jack Orman, Michael Crichton e John Wells. EUA: Warner Home Video, 2000.

PLAYTIME. Direção e roteiro: Jacques Tati. Produção: Bernard Maurice, René Silveira. São Paulo: Continental Home vídeo. 1 DVD (120 min.), NTSC, son. Color.

ROUSE, Richard. **Game design: theory and practice**. Plano: Wordware Publishing, 2001.

SANTOS, Douglas. **A reinvenção do espaço: diálogos em torno da construção de uma categoria**. São Paulo: Edusp, 2000.

SENNETT, Richard. **Carne e pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental**. Trad. Marcos Aarão Ruiz. 2. ed. Rio de Janeiro: São Paulo: Record, 2001.

THE SIMS. Criado por Will Wright. EUA: Maxis, 2002.

TOMB RAIDER. Criado por Toby Gard. EUA: Core Design, 1996.

WEBER, Samuel. **Mass mediauras: forms, technics, media**. Stanford: Stanford University Press, 1996.