



## O Corpo Pós-Moderno E Suas Reverberações Em ‘O Pacto’<sup>1</sup>

Henrique Teixeira Reis<sup>2</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora- Juiz de Fora, MG

### RESUMO

Tendo em mente o sujeito contemporâneo, bem como seu estado na pós-modernidade, onde este não se limita apenas fisiológica e materialmente, o presente trabalho visa analisar de que maneira a reflexão sobre este sujeito é realizada no filme *Jisatsu Saakuru* (O Pacto, no Brasil) do diretor japonês Shion Sono. E, partindo da reflexão sobre como este sujeito é construído, incitar questões iniciais sobre existência, identidade, consumo e relações sociais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cinema Japonês; corpo; identidade; internet; pós-modernidade.

### INTRODUÇÃO

Com a ascensão de novas tecnologias, em especial as de comunicação, vemos delinear-se de maneira inicial uma nova configuração de corpo e identidade que, diferentemente do pensamento moderno que prezava a unidade e integridade possui força no fluxo e fragmentação para construir o ‘Eu’. Contudo, mesmo sendo o fluxo e a fragmentação características também do maior meio de comunicação atual, a internet, este novo corpo parece não ser tão bem recebido quanto a rede mundial de computadores. A situação mostra-se factível uma vez que pensar um sujeito de multiplicidades (afetivas, indenitárias, fisiológicas e relacionais) no contexto atual é ir de encontro com um modo de funcionamento globalizante-capitalista onde unidade e categorização são as principais engrenagens para que o consumo continue ocorrendo da mesma maneira com a qual já estamos habituados.

Nisso é pertinente a obra de Shion Sono: mais numa exploração e questionamento da situação do que uma solução palpável ou definitiva. Retrato poético de uma situação que ocorre no Japão, mas que não é exclusivamente japonesa, já que a relação com as tecnologias e, conseqüentemente, as relações tidas nestes suportes tecnológicos são situações que há muito ultrapassaram o limite físico do arquipélago nipônico.

---

<sup>1</sup> : Trabalho apresentado no DT 04 – Comunicação Audiovisual do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Recém-graduado pelo curso de Artes e Design da UFJF, email: henrique-reis@live.com

## **SOBRE O FILME**

O filme em questão, lançado em 2001, é no ocidente a obra mais notória do diretor Shion Sono. Um dos motivos talvez seja a controversa cena de abertura, uma das mais conhecidas do cinema contemporâneo japonês: 54 garotas frente à uma linha de trem na estação de *Shinjuku*, após cantar em uníssono pulam de encontro ao metrô que chega, resultando em ondas de sangue que parecem saídas de um peculiar encontro entre o gravurista Hokusai e a estética *B Movie* de Quentin Tarantino.

*Jisatsu Saakuru* (Círculo do Suicídio), no título original, foi realizado em apenas seis semanas e já em seu lançamento foi muito criticado por ser um possível incentivo para a criação de clubes de suicídio entre os próprios japoneses. Outro motivo de críticas foi a clara alusão aos ataques terroristas no metrô de Tóquio em março de 1995, quando membros do culto religioso *Aum Shirinkyō* (seita da verdade suprema) liberaram gás sarin em diversos vagões dos metrôs da cidade, matando 12 pessoas e infectando outras milhares.

No filme podemos observar claramente a situação delineada pelo diretor: num Japão onde o consumo é promessa de salvação tanto para a economia quanto para os indivíduos, alienação cultural e social é paradoxalmente potencializados através do crescente número de novas tecnologias de comunicação.

Uma notável referência deste consumo cultural alienante, e parte de extrema importância para a compreensão do filme, é a banda *idol* nele presente: as *Dessart*.



Figura 1: O Grupo *idol* do filme em sua primeira apresentação



## **IDOLS: AMIGAS MUDIÁTICAS**

A banda, que parece ter uma onipresença assustadora no filme, é um dos pontos de partida para as questões do consumo e de relações interpessoais que o diretor aborda. E mesmo que o filme seja uma visão modificada poeticamente, a maneira como este fenômeno midiático japonês é colocado na tela pouco se difere do panorama atual da produção cultural japonesa. À presença de tais *idols* em praticamente todos os lugares, tanto na obra de Sono quanto no Japão contemporâneo, podemos associar ‘febres’ de consumo de determinados produtos, materiais ou culturais.

Um fato curioso, e interessante para o entendimento do sistema *idol* no Japão, é que na construção específica de um *idol* o fator mais importante é que este seja passível de projeção dos fãs, o que cria uma condição virtual de intimidade fã-*idol*, como o sociólogo Aoyagi afirma:

Aproveitando-se das necessidades sociais da juventude japonesa, *idols* são produzidos e vendidos como personificações dos típicos “menino ou menina comuns”, escolhidos para se tornarem estrelas e representar sua geração. O sociólogo Hiroshi Oigawa lhes chama de semi-companheiros (*gititeki-nakama*), que provêm aos seus jovens seguidores uma sensação virtual de intimidade que apesar de ser entendida como artificial e insensível, já que se realiza apenas na fantasia, pode demonstrar ser tão ou mais forte do que a intimidade entre colegas escolares. (AOYAGI, 2000, p.311)

Já nesta situação podemos perceber nitidamente como as relações interpessoais travadas no contemporâneo já dão sinais de uma modificação do corpo e das relações, que agora não se pautam tanto em apenas realidade ou apenas fantasia, mas num aglomerado de ambos. Um pensamento cartesiano que define em lados opostos de uma balança o que é real/válido e o que é virtual/inválido é deixado de lado para, em seu lugar, formular-se outro pensamento onde experiências do real e do imaginário esbarram-se e complementam-se sem que entre elas haja julgamento de veracidade ou de legitimidade. Fora do filme, o exemplo claro deste sistema em vigência no Japão é o grupo *idol* AKB48. Formado por quarenta e oito integrantes, a banda tem membros e formações suficiente para aumentar ainda mais sua onipresença no Japão, produzindo comerciais, séries, álbuns, editoriais, programas de tv, animes e eventos.



Figura 2: AKB48: poderiam passar-se facilmente por vizinhas, primas, irmãs ou amigas de escola.

Em um trecho de *Enkyori Poster*, música do segundo álbum da banda, pode-se ver obviamente que tal relação de virtualidade não é algo surgido apenas do cérebro excêntrico de um diretor. Na canção que declara o amor de um fã por sua idol favorita temos o seguinte trecho:

Poster distante  
Mesmo que você esteja perto  
O fato de não poder te alcançar destrói meu coração  
Poster distante  
Mesmo parecendo que não posso te encontrar  
Você está a meu lado  
Mais do que qualquer um

No próprio filme, tais ‘mensagens subliminares’ propagadas por adocicadas vozes femininas em coro também tem lugar, da mesma maneira que o próprio nome da banda, que ao se alterar deliberadamente no decorrer do filme cria diversos significados para a função do grupo na trama.

Quanto aos nomes de bandas para o público jovem, é sabido o gosto nipônico por palavras do inglês, porém a pronúncia das mesmas é adaptada para a fonética japonesa. Assim sendo, a banda que inicialmente é nomeada *Dessart*, tem sua pronúncia alterada para ‘Dessaato’, pronúncia esta que equivale ao nome da banda, mas que também é a mesma de ‘*Death Art*’, Arte da morte, em inglês. Da mesma maneira, todas as outras



alterações de nome que a banda sofre ao decorrer do filme também possibilitam mais de uma interpretação: *Dessert/ Death threat* (ameaça de morte), *Desert/Death rate* (taxa de mortalidade), *Dessret/Death Heart*. (coração de morte).

## INCOMUNICABILIDADE E GENERATION GAP

Outro fator também trabalhado no filme é o *Generation Gap* Japonês, a diferença entre gerações que ocasiona uma comunicação precária ou mesmo uma falta desta. Se por um lado os jovens são alienados por produtos culturais, pela internet e pela moda dos suicídios, temos no filme também a equivalente alienação dos mais velhos que, favorecendo as obrigações sociais do trabalho em detrimento às relações familiares, relegam grande parte de sua responsabilidade na criação de seus filhos à TV, internet, música e afins. Fato que vêm ocorrendo não apenas no Japão, mas na maioria dos países onde, atualmente, a necessidade do trabalho obriga os pais a terem como responsáveis pela criação de seus filhos os produtos de uma indústria cultural. Elegendo a atividade como o fator de maior importância da vida, mostram-se indiferentes quanto a transformações culturais, relacionais e tecnológicas ocorridas tanto no mundo como em suas próprias casas.

No filme, o detetive chefe interpretado por Ryo Ishibashi demonstra com clareza essa situação: tendo uma filha fã da banda *idol* e um filho ávido usuário da internet, ele se torna tão alienado na missão de encontrar o responsável pelos suicídios que desconsidera muito do que ocorre em sua casa, deixando de lado fatores que posteriormente culminarão em seu fracasso na investigação.



Figura 3: “Seja bem vindo papai”



E se essa incomunicabilidade entre gerações permite que os jovens instaurem o caos na sociedade com suas ondas de suicídio coletivo, podemos ter como um paralelo da mesma incomunicabilidade o filme *Battle Royale* do diretor Takeshi Kitano: ambientado num caótico Japão onde adultos são ameaçados pela crescente independência da juventude, o filme mostra uma solução sádica criada pelo governo para conter esse impulso desordeiro e demarcar firmemente o campo de autoridade dos mais velhos.

Ainda sobre esta modificação de parâmetros de autoridade entre gerações diferentes no Japão podemos retomar indícios desta nos filmes de *Yasuhiro Ozu*, como no longa *Ohayou!* (Bom dia!) no qual também com o advento da tecnologia, neste caso a TV, desenvolve-se uma trama que trabalha o conflito de interesses em gerações distintas.

Presente também nas músicas da banda *idol*, essa solidão recorrente da falta de comunicação é colocada em jogo na última apresentação do conjunto no filme:

Pouco sabíamos/Quão pouco sabíamos  
Todos os dias apertando botões/Que executam milhares de comandos  
Se você apenas dissesse/ o que há na sua mente  
E dissesse como realmente se sente/talvez eu pudesse ajudar-lhe

## **SUICÍDIO: TENDÊNCIA DA ESTAÇÃO**

Diferentemente da internet, do trabalho, *idols* e televisão, o suicídio no filme seria, logicamente, um meio-último para evitar esta perda de identidade, o que não acontece.

De acordo com Alan Wolfe, o suicídio seria o modelo ideal de resistência num capitalismo cultural definido pela circulação infinita, e muitas vezes desnecessária, de imagens e bens de consumo. A situação, porém, inverte-se na narrativa de *Sono quando* o suicídio torna-se ele mesmo um produto cultural. Não é uma fuga do sistema capitalista, pois se tornou mais um produto deste.

Vemos isto quando um grupo de jovens adolescentes, em uma das cenas, decide pular do prédio de uma escola para aderir à ‘febre juvenil’. Ou mesmo quando um suposto líder do clube do suicídio, um semi-*glam-rocker* de nome *Gênese*, utiliza-se da premissa do crime para uma extrema exposição social e ganho de um status que, mesmo duvidoso quanto à questões éticas, atesta uma identidade que sobressai frente às outras.



Figura 4: “Bem vindo ao clube do suicídio”

No presente filme, contudo, o suicídio não é literal, mas sim uma metáfora para situação da perda de um corpo como o conhecemos. O trabalho que Sono faz neste vai de encontro com o estado atual da população japonesa e questiona até quanto podemos entender nossa concepção de corpos e relações.

Obviamente, o questionamento destes corpos e relações não poderia realizar-se sem o contexto tecnológico que o circunda: cidadãos de um mundo virtual tão ou mais interessante que o mundo ‘real’. Os suicidas do filme não procuram a morte, mas sim desvencilhar-se de um corpo, de um conceito sob o qual ele continua sendo concebido e tratado. E se Sono coloca, em maioria, jovens a realizar tal ato é porque ele compreende que estes, já criados num contexto onde o corpo físico não se mostra mais importante do que uma persona virtual, são os mais propensos a por em cheque o corpo real, único e íntegro, propagado por seus pais como única possibilidade de existência.

Celulares criaram extensões do espaço pessoal no Japão’ diz Yuichi Kogure, que dá aulas de *keitai culture* (cultura móvel) na Universidade para Mulheres Toita, em Tóquio. ‘Você leva seu mundo quando esta com o *keitai* (celular) em mãos. No mundo *keitai*, pessoas esquecem onde estão, e mulheres, por exemplo, podem ser vistas se penteando ou se maquiando no metrô, algo considerado extremamente rude no Japão do passado. Hoje, porém, as pessoas estão emparedadas dentro de seus pequenos mundos com seus celulares e nem mesmo prestam atenção ao que estão fazendo em público. (FAIOLA)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final do filme temos um espectro que não é apocalíptico muito menos moralista. Mais do que um julgamento positivo ou negativo deste novo corpo e suas relações,



Sono coloca-o apenas como uma possibilidade não tão convencional, e talvez por isso interessante, de relacionar-se consigo e com seu entorno. As afinidades travadas nos dias atuais não precisam necessariamente pautar-se por parâmetros de relações tidas por nossos pais há 20 anos atrás. Da mesma maneira que o que se entende como corpo e identidade, também é passível de alteração uma vez que vivemos num contexto em que estas são podem ser muito produtivas.

Com seu filme, Shion Sono não se compromete em fornecer a visão de uma possível salvação para a humanidade frente ao mal cultural-tecnológico desumanizador e alienante. Da mesma maneira que não coloca como certo um destino distópico e *cyberpunk* para aqueles que abraçam essa suposta alienação cultural e social. Não existe necessidade de salvação quanto à um novo corpo ou a novas relações dele resultantes, da mesma maneira que este mesmo corpo não precisa tornar-se um novo imperativo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AOYAGI, H. *Pop Idols and Asian Identity*. Armonk: M.E.Sharpe. 2000
- BALMAIN, C. 'Introduction to Japanese Horror'. Edinburgh. Edinburgh University Press. 2008
- BARRAL, Étienne. "Otaku: os filhos do virtual. São Paulo. SENAC, 2000.
- FAIOLA, Anthony (2008), 'Japanese hooked on their cell phones, MSNBC; <http://the.honoluluadvertiser.com/article/2004/Feb/22/bz/bz20a.html>. Acesso em 20 de Março de 2012.
- O Pacto. São Paulo: Europa Filmes , 2007. 1 disco(99min), DVD, son., col.
- WOLFE, A. (1988) 'Suicide and the Japanese Postmodern: A Postmodern Paradigm', *South Atlantic Quarterly* (Summer), 87(3), 571-89.
- YAMAGUCHI, Mari (2002), 'Makoto Hirata, Japan Aum Shinrikyo Cult Member, Nabbed After 17 Years On The Run' [http://www.huffingtonpost.com/2012/01/01/makoto-hirata-nabbed\\_n\\_1178735.html](http://www.huffingtonpost.com/2012/01/01/makoto-hirata-nabbed_n_1178735.html) Acesso em 20 de Março de 2012