



# Imagens cinematográficas: o prazer do encontro

Cristiane Freitas\*

## RESUMO

O objetivo da imagem é representar as manifestações sensíveis do espírito. As imagens em movimento do cinema estabelecem uma complexa relação entre técnica, arte, sistema sócio-cultural e imaginário. A categoria do imaginário é essencial na análise do cinema, pois oferece as bases teóricas para se entender a representação simbólica que está na base dos produtos culturais que nascem das imagens. Palavras-chave: cinema; imaginário; espectador; gosto.

## SUMMARY

*The objective of the image is to represent the sensitive manifestations of the spirit. The images in movement of the movies establish a complex relationship among technique, art, social-cultural system and imagery. The category of the imagery is essential in the analysis of the movies, because it offers the theoretical bases to understand the symbolic representation of cultural products that come from the images.*

*Key-words: movies; imagery; spectator; taste.*

## RESUMEN

*La imagen tiene por objetivo representar las manifestaciones sensibles del espíritu. Las imágenes en movimiento del cine hacen una compleja relación entre técnica, arte, sistema sociocultural y imaginario. La categoría del imaginario es esencial en el análisis del cine, pues ofrece las bases teóricas para entendermos la representación simbólica que está en la base de los productos culturales que nacen de las imágenes. Palabras claves: cine; imaginario; espectador; gusto.*

O cinema é fruto da articulação entre um sistema sócio-cultural, que o organiza, e do imaginário. Trata-se de uma representação do espírito em imagens: imagens em movimento consideradas como arte, indústria ou uma máquina de sonhos e, às vezes, tudo isso ao mesmo tempo.

O imaginário é uma categoria essencial que forma a vida em sociedade, fazendo com que apareça – e permitindo-nos compreender – as entranhas da vida cotidiana: os desejos, os sonhos, as aspirações, enfim, tudo o que diz respeito ao nível do sensível. Assim, definimos o imaginário (inspirando-nos para isso nas idéias de Gilbert Durand) como a capacidade dos homens de representar e de apresentar simbolicamente seus sentimentos, seus rituais, seus mitos etc., ou seja, um produto cultural que nasce das imagens.

A imagem cinematográfica permite, então, a interação entre o real e o imaginário; o espectador tem consciência da ilusão, mas essa consciência é percebida na vivência da realidade. Em outras palavras, através do processo de dissociação, o espectador sabe que a imagem na tela não é a realidade, mesmo que ela seja feita de fatos reais. Ao mesmo tempo, o cinema pertence a um modelo cultural e social que o organiza, dando-lhe uma certa originalidade estrutural e criativa.

É a partir dessa articulação entre os dois pólos que estruturam o cinema, que os espectadores podem se tornar aptos a consumir os filmes através do hábito de freqüentar as salas. Esses dois aspectos têm um objetivo comum: encher as salas, pois é o modo originário de difusão de filmes que permite a existência das outras formas, como o vídeo, o cabo, o DVD e a internet. Por isso, vamos aqui concentrar

nossa reflexão na forma original do cinema, centrada na relação entre o espectador e a imagem cinematográfica dentro de uma sala escura.

Nesse sentido, podemos dizer que o cinema, na sua totalidade, consiste em uma procura do prazer, objetivo comum a todas as manifestações artísticas. Porém, o cinema apresenta uma especificidade quanto a despertar o prazer, pois se constitui num acontecimento lingüístico que se desenvolve num espaço de comunicação onde se destacam a cultura e o pensamento em movimento, possuindo, assim, uma existência própria, como veremos a seguir.

Dessa forma, tentaremos construir uma reflexão sobre a especificidade da imagem cinematográfica, sua relação com o espectador e as percepções que a primeira suscita no segundo a partir de uma apreciação do olhar, da estética e do gosto; nosso objetivo é, portanto, realizar uma análise da forma original do cinema, levando-se em conta o universo sócio-cultural no qual está inserido.

Segundo a definição de Jean-Luc Godard, “o cinema não é arte, nem uma técnica, mas um mistério” (Godard, 1998, II, p. 182). Essa noção de Godard faz com que o cinema seja reconhecido a partir de uma dupla idéia, uma arte-técnica. O cinema não seria simplesmente uma arte, em função do fato de sacralizar o gesto do homem, colocando em primeiro plano a idéia de comunidade. Ao mesmo tempo, o cinema não seria simplesmente técnica, devido à sua maneira específica de manusear o sensível. E é aí, justamente, que se encontra o “mistério” do cinema, no sentido de que ele se constitui de imagens em movimento e de um produto sensível do pensamento humano.

A especificidade do cinema em relação às outras formas de expressão artística está, exatamente, no fato de que ele é uma imagem em movimento e, devido à sua técnica, provoca no espectador a ilusão de traçar os movimentos

do pensamento, portanto, os induzindo, ou seja, agindo sobre o pensamento e a partir dele.

O cinema como “mistério”, definido por Godard, pode ser entendido, então, no sentido de que ele, ao juntar a arte com a técnica, acaba com a oposição entre mundo exterior e mundo interior, entre espírito e corpo, entre sujeito e objeto, entre o conhecimento científico e o sentimento provocado, em uma união que qualifica a sua estética.

Esse fenômeno nos remete ao agenciamento dos processos de projeção e identificação, estabelecidos entre o espectador e a imagem cinematográfica. As pessoas não vão ao cinema somente para ver um filme; a organização do espetáculo também tem sua importância: a distância entre os espectadores e a tela, a projeção de imagens como magia ou ficção, informando sobre o mundo, relacionando as pessoas entre elas e com esse mundo.

Como disse Edgar Morin, a imagem não poderia ser dissociada da “presença do mundo no homem, da presença do homem no mundo” (1958, p.31). Ela é um duplo, um reflexo e são os processos de projeção e identificação que lhe dão forma. O duplo se torna para o homem figura imaginária, imagem do seu outro, ou seja, imagem-espectro dele mesmo, na medida em que ele sonha com a duplicação do seu ser. E o duplo do homem só tem sentido no seu sonho, afinal ele deixa de existir logo que o sonho se torna realidade. A qualidade do duplo aparece, então, projetada em todas as coisas. Ela se projeta em imagens mentais, mas também sobre imagens, sobre o filme. Os mitos do cinema encarnam os exemplos perfeitos desse duplo.

A imagem representa, ou seja, ela restitui uma presença, portanto a imagem é simbólica: ela sugere, contém ou revela outra coisa ou algo mais do que ela mesma. Dessa forma, a função icônica da imagem cinematográfica não está nela própria, mas na maneira como ela suscita

relações com os outros e com o mundo, originando um sistema de linguagem, onde surge um novo princípio: o espectador participa através do sentimento e do sonho, estimulados pela forma como o cinema é concebido.

No entanto, para melhor compreender esse princípio, é necessário refletir sobre como se desenvolvem os processos de projeção e identificação entre o espectador e o filme. A projeção é o meio pelo qual o indivíduo expulsa dele e coloca no outro, pessoa ou objeto, as qualidades, os sentimentos, os desejos, os medos que ele desconhece ou recusa nele mesmo. Já a identificação consiste na assimilação pelo indivíduo de um aspecto, de uma propriedade do outro e a adesão total ou parcial ao modelo desse outro. Por exemplo, logo que o espectador se coloca no lugar do herói de um filme, ele começa a se projetar nele, identificando-se em seguida, no momento em que ele, espectador, se imagina na posição desse herói e, enfim, a assimila.

A ausência da participação ativa do espectador se deve, então, à sua implicação psíquica e afetiva no filme. Já que ele não pode se expressar em atos, seu modo de expressão, diante da tela, é da ordem interior, do sentimento. Nesse sentido, a participação do espectador é afetiva: ela procede de uma transferência entre o seu espírito e o espetáculo na tela. Essa participação é estimulada pelo cinema através da capacidade criativa do seu público e da sua preocupação em captar suas expectativas.

A construção de salas próprias às imagens cinematográficas, dotadas de características para-oníricas, permitiu, entre outras coisas, uma melhoria da participação do público. Se a escuridão não é um elemento necessário a essa participação (como pode ser percebido durante a projeção da publicidade antes de começar o filme), ela a ativa, pois essa escuridão foi pensada como um meio de isolar, de dissolver as

resistências diurnas do espectador e provocar nele um fascínio pela projeção. Dessa maneira, o espectador pode estar tanto com outras pessoas quanto separado delas. Além disso, o conforto das poltronas, especialmente concebidas para esse efeito, permite ao espectador mergulhar num estado de relaxação favorável ao devaneio.

É na relação espectador-filme que se estabelece uma transferência, e, assim, uma cristalização de todos os tipos de sentimentos. Por isso é que o cinema se constitui num espetáculo vivo e dinâmico, pois é uma fonte de prazer sensitivo e afetivo, onde a apreciação estética dos filmes se funde com a sensibilidade e com os sentimentos que suas imagens tentam provocar no espectador.

A estética cinematográfica é, nesse sentido, entendida como um meio de pensar a arte, na qual todos os estilos e formas são equivalentes dessa potência artística, o estilo tornando-se um “ponto de vista”, uma maneira de ver as coisas e se submetendo à lógica do sentimento e do mundo vivido.

O cinema nos remete, então, à percepção (visual e afetiva), mobilizada em seus aspectos mais diversos, colocando-a em relação à imagem e engendrando, ao mesmo tempo, uma outra imagem espontânea e criativa. Mas se a imagem da tela é real, o que de fato percebemos não é realmente o objeto que reside na sua sombra; a imagem que o espectador cria é de, certa forma, o seu duplo refletido no espelho. De maneira específica, o cinema nos engaja no imaginário: ele intensifica o funcionamento da percepção, mas para derrubá-la na sua própria ausência, que é, portanto, o único significativo a se apresentar. Assim, o imaginário cinematográfico não consiste em dizer o que “deveria ser”, mas o que poderia ser, aqui e agora. Ou seja, os homens se agregam em torno de

uma imagem, tornando-a mais hedonista possível, dividindo sentimentos e sensações no seu cotidiano.

Dessa maneira, podemos dizer que a imagem cinematográfica torna relativo o tempo histórico, fazendo-o atemporal; ela é um suporte que une as pessoas, ligando-as ao tempo do filme, enfatizando a maneira de viver numa época determinada. Assim, a reprodução de uma história se constitui num tipo de recapitulação. Através da magia do movimento fílmico e da técnica utilizada, o espectador pode ter a sensação de ver “hoje” o que se passou “ontem”, como se acontecesse exatamente daquela maneira.

Ao mesmo tempo, o cinema possui também uma linguagem universal inteligível, chamada pelo cineasta Walter Lima Júnior de “cinemês”<sup>1</sup>, na qual a percepção do espectador também é universal. Por exemplo, quando um cineasta propõe uma cena com um corredor longo, mal iluminado, com a cortina voando e uma porta rangendo, ele está sugerindo medo, e o espectador reconhece isso e compreende essa forma de expressão. Daí advém a universalidade da linguagem e da técnica cinematográfica.

A existência dessa linguagem comum é procedente de uma escolha técnico-cultural, já que a linguagem cinematográfica é feita de sons, de gestos e de outros procedimentos técnicos que determinam características culturais, no sentido de que depende de escolhas e decisões de homens que se inserem numa sociedade específica, mas que, ao mesmo tempo, pode ser compreendida por todo mundo.

Em suma, a imagem cinematográfica mostra personagens particulares em contextos particulares. Ela tem uma linguagem universal, mas que aborda coisas específicas e contemporâneas, porque tudo o que se passa na tela acontece no presente, a imagem ignorando as marcas do tempo, mesmo quando ela faz

referência ao passado ou ao futuro, não tendo equivalente visual direto. A imagem é, assim, atemporal: ela é do presente do passado e do futuro, mas é somente no tempo presente, com as suas especificidades locais, que os desejos dos espectadores se revelam e que a imagem se atualiza pelo olhar que é dirigido a ela.

A imagem cinematográfica é composta de idéias, de gostos e pela mentalidade do cineasta, tudo isso determinado pela sua história e pela sua cultura, que entram em interação com a mentalidade e a maneira de viver e de pensar do público. Esse também é formado por indivíduos histórica, cultural e socialmente determinados, apresentando diferenças entre si (em termos de tempo e de espaço), o que faz com que suas reações tornem o seu imaginário ainda mais complexo e cheio de ressonâncias.

Os efeitos do filme podem ser, então, de ordem individual (refere-se a cada espectador) e coletiva, já que cada espectador sente de maneira diferente o filme, permitindo uma nova discussão. Assim, um filme propõe a cada indivíduo a vivência de uma experiência particular, à qual ele vai reagir segundo à sua situação histórica e cultural.

Essa experiência particular equivale a ter um olhar singular que, de acordo com a orientação psicanalítica, é transcendente e definido por Freud como “superego”, o seria, de maneira geral, entendido como o olhar pelo qual o indivíduo julga a si próprio ou vigia as ações do ego. E é exatamente no superego que se encontra a base do processo de identificação. Porém, o olhar é múltiplo, podendo ser visionário, nostálgico ou introspectivo e, antes mais nada, reflexivo e dirigido ao outro que é função dele mesmo. Nesse sentido, o olhar nunca é neutro, mas sempre deformado pelo amor, pela raiva ou simplesmente pela idade e pelo hábito.

O cinema, através do duplo encarnado nas personagens dos filmes, constitui-se num

instrumento para ver o mundo e a maneira que as pessoas vivem. Seu universo é composto de analogias e de correspondências fazendo intervir a magia, a afetividade, a lembrança, os objetos do cenário, o texto, a música. Assim, a narrativa que se elabora no espírito do espectador se desenvolve aos poucos, ao longo do filme e se moldando na plástica da leitura que ele faz da narrativa, constituindo uma seqüência de acontecimentos através de elementos fictícios que ativam o imaginário. Esse universo, originário da leitura narrativa de um filme e construído no espírito do espectador, é conhecido como *diégèse*<sup>2</sup>, ou seja, as ações desenvolvidas dentro de um ambiente geográfico, histórico e social permitem a evidência de sentimentos, de motivações e de um estilo de vida. Assim, existe uma cumplicidade entre o que o cineasta propõe através da técnica do cinema e o que é apreendido pelo espectador.

Tal fenômeno, produzido pela imagem, levamos a pensar sobre o sentido dessa imagem. Afinal, a imagem cinematográfica, tal como ela é fabricada, relaciona-se com o sentido porque ela repete as formas inicialmente produzidas pelo pensamento. Segundo Jacques Aumont, “é imitando as metáforas originais do espírito que a imagem se faz veículo de sentido” (1996, p. 153). Dessa forma, o objetivo da imagem é de representar as manifestações sensíveis do espírito.

Nos quatro cantos do mundo, as pessoas vão ao cinema não somente para ver e compreender um filme, mas antes de tudo para amá-lo, movidas por uma necessidade de vê-lo. As pessoas também vão ao cinema, porque elas têm uma disponibilidade para o lazer ou para se distraírem. Roland Barthes (1975, p. 104-107) fala, assim, de uma “situação de cinema”, aquela antes mesmo de entrar na sala, quando o espectador já sonha com o filme, já que a escuridão povoada de anônimos faz da sala de cinema um lugar de disponibilidade, permitindo

às pessoas trabalharem discretamente seus desejos e suas frustrações em um lugar onde o que conta é a fascinação pelo filme, qualquer que seja a sua narrativa.

Quando o filme começa, a imagem captura o espectador, estabelecendo uma relação entre o seu significante e o seu significado (o imaginário) e articulando um discurso. Se as cenas parecem naturais, isso se deve à técnica, o simbólico aparecendo mascarado na cena e a imagem se tornando um objeto de contemplação. Por outro lado, alguns mecanismos ajudam o espectador a sair desse estado de sonho: sua cultura e sua observação crítica vão se juntar ao imaginário. Barthes acrescenta, porém, que existe uma outra maneira de se ir ao cinema, que é ter um olho sobre a tela e o outro sobre a sala, ou seja, deixando-se fascinar pela imagem e pelo que está à sua volta. O olho que temos sobre a sala vê uma massa de outros corpos, a partir da necessidade que move as pessoas a se aglutinarem e a se darem ao outro. Os espectadores que ocupam uma sala de cinema estabelecem, assim, laços através do afeto e de atitudes heterogêneas que fazem com que esses laços sejam sentidos por cada um de uma maneira particular.

Então, podemos dizer que não é o olhar crítico que permite o estado de sonho no cinema, mas o relaxamento afetivo do espectador diante da tela, o que não impede que o filme possa, por vezes, parecer-lhe como um “objeto” ruim ou como um espetáculo ruim. Trata-se do que Christian Metz (1975, p. 108-135) chamou de “desprazer fílmico”, definindo a postura de alguns espectadores com relação a alguns filmes, ou de certos grupos de espectadores com relação a certos grupos de filmes. Essa idéia de tratar um filme como um objeto (bom ou ruim) implica duas reações básicas: o público gosta ou não gosta de um filme. Isso nos remete a uma reflexão sobre o gosto, sobre a impressão imediata que se tem de uma obra e a empatia que ela é suscetível de provocar.

A expressão de um gosto diz respeito à banalidade, a ordem do subjetivo, já que o gosto é algo que não é discutido, idéia já expandida popularmente. Porém, a partir da enumeração de coisas que uma pessoa gosta ou não gosta, torna-se possível diferenciá-la de uma outra. O gosto ultrapassa, então, a ordem do indivíduo: ele faz com que uma pessoa se relacione com o mundo ou com uma sociedade. A noção de “bom” ou de “mal” gosto está baseada nas capacidades instintivas, inatas, intuitivas, enfim, sem objetivo específico próprio aos homens.

Esse seria um amplo resumo da essência do sentido do texto clássico de Kant, *Crítica da Faculdade de Julgar*. A proposta kantiana define o gosto como a capacidade de julgar o belo, de julgar intuitivamente um objeto ou uma maneira de representação através da satisfação obtida ou da insatisfação provocada. O julgamento do gosto é ao mesmo tempo objetivo e subjetivo: objetivo, porque ele não se restringe a uma sensação agradável ou desagradável (unicamente individual) e subjetivo, porque ele não é determinado por regras pré-existentes. Kant coloca, assim, o sentimento contra a razão pura por considerar o gosto como fazendo parte do senso comum e não lógico, possibilitando ao homem se conhecer e reencontrar o outro e vice-versa.

Assim citaremos um trecho do texto clássico de Kant que nos permite esclarecer nossa reflexão: “Eu continuo dizendo que poderíamos atribuir o nome de *sensus communis* ao gosto, denominação mais justa que bom senso e que, ao invés da capacidade de julgar intelectualmente, é a capacidade de julgar esteticamente que poderia levar o nome de senso comum a todos, se estamos prontos a empregar a palavra senso para designar um efeito da simples reflexão sobre o espírito; assim sendo, senso significa aqui sentimento do prazer. Poderíamos mesmo definir o gosto pela capacidade de julgar o que

se torna universalmente comunicável, sem a mediação de um conceito, o sentimento que nos procura uma determinada representação” (Kant, 1985, p. 246-247).

Para Kant, podemos efetivamente comunicar o prazer do belo, porque existe um “senso comum” do belo. Exercer o julgamento de gosto permite reencontrar o outro, pois, fazendo isso, nós transformamos uma experiência pessoal em um enunciado universal, e a estética poderia, assim, ser entendida como a capacidade dos homens de compartilhar sentimentos.

Esse tipo de comunicação ilustra o sucesso de alguns filmes junto ao público, pois os espectadores, ao expressarem seu gosto em relação a um filme, acabam fazendo do “boca a boca” um dos mais fortes contribuintes para encher as salas (aqui não levamos em consideração as publicidades e as formas de distribuição que também contribuem para que o público prestigie um determinado filme). Esse fenômeno é perceptível, sobretudo, em filmes de baixo orçamento que normalmente contam com restrições quanto à publicidade, como *Carlota Joaquina, Princesa do Brasil* (Carla Camurati, 1994), que contou no começo com uma distribuição artesanal, conseguindo encher as salas e tornar-se reconhecido como o marco da retomada do cinema brasileiro nas telas, quando nossa produção cinematográfica parecia desacreditada pelo público.

No que se refere a esse encontro mediado pelas imagens, quando um espectador gosta de um filme, ou seja, quando ele o considera como um bom objeto, suas defesas se encontram absorvidas pelo próprio conteúdo do filme, em um desses preciosos encontros que fazem parte das relações humanas e dos encontros proporcionados pela vida, de tal maneira que esses espectadores se encontram dispensados de colocar suas defesas em ação. Quanto ao “desprazer filmico”, que pode ser originado de fontes distintas, aqueles filmes

que nos parecem ruins (desprazíveis, tediosos) dão-nos uma impressão de frustração. Já aqueles que nós dizemos não gostar, são filmes cujo grotesco ou inverossímil produz no espectador um mecanismo de defesa, mas que, apesar de tudo, o tocam.

Nesse sentido, podemos dizer que a tendência de gostar ou de não de um filme restringe a reflexão que pretendemos fazer, que é antes de tudo complexa e heterogênea, pois a imagem sempre estabelece algum tipo de ligação. Um filme se constitui em grande parte pela experiência que realiza o espectador e pelo seu espírito criativo; se o cineasta tem por objetivo dar prazer ao espectador, isso pode ou não acontecer.

O importante é, então, a maneira como se vive e se exprime a sensação coletiva mediada pelos filmes dentro das salas de cinema, o que poderíamos resumir pela seguinte idéia de Jacques Aumont: “ver as imagens, mais do que o exercício do gosto, é muito mais, muito mais, muito mais, a provocação de um encontro”.<sup>3</sup>

Esse encontro se efetua em torno de uma imagem simbólica – o filme – que permite as pessoas de realizar diferentes identificações, através de uma participação estética. Dessa maneira, podemos concluir que o cinema é um gerador de emoções, de sonhos e imaginário e que os espectadores influenciam profundamente na construção do filme através dos mecanismos de projeção e de identificação. Enfim, o cinema, mais que um exercício de gosto, permite estimular e estabelecer um encontro, além de organizar a maneira de ser dos homens nesse mundo.

## Notas

<sup>1</sup> Entrevista concedida à autora para a sua tese de doutorado.

<sup>2</sup> Sobre a noção de diégese, ver J. Aumont, A. Bergala, M. Marie e M. Vernet, *Esthétique du film*, Paris, Nathan, 1999, p. 80 e 81.

<sup>3</sup> J. Aumont, *A quoi pensent les films*, op. cit., p. 262. É importante observar que a repetição encontrada na frase citada respeita a sua forma original.

## Bibliografia

- AUMONT, Jacques, *A quoi pensent les films*. Paris: Séguier, 1996.
- AUMONT, Jacques, BERGALA, Alain, MARIE, Michel e VERNET, Marc, *Esthétique du film*. Paris: Nathan, 1999.
- BARTHES, Roland, En sortant du cinéma, in *Communications*, nº 23, p. 1975.
- CASETTI, Francesco. *D'un regard à l'autre – le film et son spectateur*. Lyon: PUL, 1990.
- DURAND, Gilbert. *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*. Paris: Dunod, 1992.
- FERES DE FREITAS, Cristiane. *Un cinéma possible: une analyse socio-anthropologique de la production cinématographique brésilienne dans la postmodernité*, Tese de Doutorado, Paris V-Sorbonne, 2001.
- FREUD, Sigmund. *L'interprétation des rêves*. Paris: PUF, 1996.
- GODARD, Jean-Luc. *Les histoire(s) du cinéma*. Paris: Gallimard, 1998.
- JOST, François, *Le temps d'un regard – du spectateur aux images*. Paris: Méridiens Klincksieck, 1998.
- KANT, Emmanuel. *Critique de la faculté de juger*. Paris: Gallimard, 1985.
- METZ, Christian. *Le film et son spectateur. Communications*, nº 23, 1975.
- MORIN, Edgar. *Le cinéma ou l'homme imaginaire*. Paris: Minuit, 1958.

\* Cristiane Freitas é doutora em sociologia pela Sorbonne, França, e é professora de cinema na PUC-RS