



## IMAGENS, MULTIPLICIDADE E GÊNERO

SILVA, Acir Dias (UNIOESTE)<sup>1</sup>

**RESUMO:** Esta proposta de estudos sintetiza anotações sobre as relações entre a arte da memória, educação e conhecimento presentes na literatura e no cinema, especificamente no melodrama, que, por si só, já são elementos da cultura e memória. Destacamos as imagens, a multiplicidade e os gêneros a partir do entrelaçamento de sentidos, tempos e espaços, saberes, conceitos e conhecimentos presentes nas relações culturais do cinema da literatura. Na atualidade de imagens e sons, os padrões de comportamento, crenças, costumes, ou seja, da cultura e do conhecimento, são sobressaltados a partir um gênero centenário que contém em si um emaranhado de sentidos estéticos, políticos e éticos que persistem na cultura oral atual.

**PALAVRAS-CHAVE:** Literatura; cinema; cultura; sociedade.

**RESUMEN:** Esta propuesta de estudio sintetiza apuntes acerca de las relaciones entre el arte de la memoria, educación y conocimientos presentes en la literatura y en el cine, específicamente en el melodrama, que, por sí mismo, ya son elementos de la cultura y memoria. Destacamos las imágenes, la multiplicidad y los géneros a partir de lo entrelazamiento de sentidos, tiempos y espacios, saberes, conceptos y conocimientos presentes en las relaciones culturales del cine y de la literatura. En la actualidad de las imágenes y sonidos, el estándar del comportamiento, creencias, costumbres, o sea, de la cultura y del conocimiento, son sobresaltos de reparto de un género centenario que contiene en si un emmarañado de sentidos estéticos, políticos y éticos que persisten en la cultura oral actual.

**PALABRAS-CLAVE:** Literatura; cine; cultura; sociedad.

Ítalo Calvino imaginou a multiplicidade da imagem ao discutir a visualidade. A produção cultural contemporânea é por si só múltipla em sua condição artística e de gênero. A multiplicidade impressa nas narrações e imagens contemporâneas compõe uma “rede de conexões entre os fatos, entre as pessoas, entre as coisas do mundo” (CALVINO, 1994, p.121). Diante disso, grande parte da produção de imagens do cinema e da televisão tem seu projeto estético calcado na multiplicidade, aspecto fundamental às ações e aos pensamentos no mundo globalizado. A interface de as-

suntos e temas do cinema, da literatura e da pintura na contemporaneidade são vistas como uma trama de signos, de discursos, de acontecimentos simultâneos, que constroem realidades plurais e mutantes, cuja heterogeneidade não cabe mais nos limites de uma narrativa ordenada e hierarquizada com começo, meio e fim.

Na pluralidade de desejos representados pelas imagens do melodrama no cinema e na televisão, os próprios veículos parecem saber do seu potencial de atuação na esfera simbólica. Assim, com o mundo simbólico se constroem as identidades culturais coletivas das pessoas, enquanto o sujeito imagina e experimenta valores e hábitos já estruturados no mundo real. Diante das representações sociais que emanam da memória coletiva, sabe-se que o cinema e a televisão hoje participam da construção de tais identidades coletivas, tanto que suprem papéis de outras instituições. Talvez por esse fato o cinema e a telenovela sejam hoje os espaços privilegiados de expressão do comum desejado. Nesses espaços de simbolização e de memória melodramática residem representações sociais e também ocorre mediação simbólica dos desejos coletivos, de forma plural e fragmentária.

No capítulo IV, da Arte Poética, Aristóteles apresenta como causa e origem da poesia a tendência humana à imitação. Entende ele que tal atitude e experiência é prazerosa e instintiva ao homem desde a infância (ARISTÓTELES, 1985, p. 245). A posição de Aristóteles contradiz as idéias platônicas da mimesis, como imitação da natureza. Entende que a arte dramática, sobretudo o gênero nobre denominado tragédia, é uma imitação dos signos da paixão e das ações humanas e, assim, alcança uma identificação com o público para, enfim, chegar a promover um prazer ao espectador. Tais esquemas parecem persistir no melodrama cinematográfico e na cultura atual, formada por imagens e sons que produzem e reproduzem, criam e recriam conhecimentos, sabedorias e estandardizam elementos estruturais da sociedade de consumo. Tais relações se interpõem na estilística, na forma e no meio da cultura de massas. Diante disso, destacam-se as imagens agentes que partem da literatura e persistem na telenovela atual, nos personagens materializados e transferidos de forma imagética e mimética para o mundo imaginário dos telespectadores. Assim, os personagens dos filmes e das novelas possuem características simbólicas e representam a mentalidade, os costumes, contrapondo-as com as contradições sociais e com a retórica melodramática que envolve diretamente o plano real, ou seja, a vida das pessoas.

A cultura de massa e do melodrama é diferenciada de acordo com o público, como os produtos do assim chamado "capitalismo flexível" e de um "mercado pós-moderno", que procuram ajustar os produtos para grupos específicos, no lugar de impor os mesmos produtos para todos (JAMESON, 2000, p. 73). Diante

disso, emerge claramente uma maior autoconsciência dos grupos da sociedade de hoje, na esfera política. Mas, a grande sofisticação de uma “cultura de massa contemporânea” é atar-se a alta cultura à cultura de massa, ou, talvez, o ocultamento de antigas fronteiras entre a cultura de massa e a alta cultura. De qualquer maneira, o velho dever da cultura de massas, o de transformar os cidadãos em consumidores, é ainda predominante; ainda que haja itens culturais de massa diferenciados, o mesmo processo está presente: o despertar do desejo de consumir e produzir vidas dedicadas ao consumo, o quanto isso for possível. Também é necessário adicionar a isso a idéia de que há distinções entre o público consumidor. O público branco consome uma grande quantidade de cultura de massa produzida pelos negros.

A retórica melodramática envolve diretamente o plano real, ou seja, a vida das pessoas. As proposições estéticas e culturais devem se enquadrar no repertório conceitual do público. Jamais, numa telenovela, o autor pode fazer um discurso isolado, sem estabelecer, para o que queira dizer, pontes de relacionamento com o público. Dificilmente a telenovela é obra de um criador isolado. O resultado final depende da equipe realizadora e dos propósitos e condições oferecidas pelo canal produtor, embora, por outro lado, apesar disso, possa haver a presença estilística dos autores, marcando acentuadamente o produto.

Na atual cultura de som e imagem, há uma exposição ao mesmo tempo para a produção e para o consumo, dentro do sistema econômico atual. É claro que, no pólo da produção, existe por trás a vontade mercadológica, o desejo, a manipulação, a exploração de impulsos e a necessidade de consumo, tanto para grupos maiores quanto para grupos menores, mas todos envolvidos como massas de consumidores. Para a cultura de massa, estereotipada, é importante acompanhar o ritmo da indústria cultural, cada dia mais veloz, mais envolvida com a tecnologia. A presença dos clichês, tanto no cinema como na televisão, destaca o imaginado como objeto de consumo, que produz e reproduz as informações em imagem-som. “Dessa forma, todo nosso aparato intelectual acostumado a entender e ver palavras oralizadas, a nossa inteligência verbal, é atualmente obrigada a acordar para uma inteligibilidade diferente, necessária para a vida educacional e cultural na sociedade oral de imagem e som” (ALMEIDA, 1994, p. 19).

Uma das características da pós-modernidade é a transformação da cultura em economia e da economia em cultura. É uma imensa “desdiferenciação”, na qual as antigas fronteiras entre a produção econômica e a vida cultural estão desaparecendo. Cultura é produto para negócio, e produtos são feitos para o mercado. Carros são bens culturais, à medida que apelam para o imaginário e para a libido de um público sofisticado (JAMESON, 2000, p. 53).

Na moderna sociedade oral, a televisão ocupa grande espaço. As telenovelas entram na casa, na vida das pessoas, refletindo e misturando, ao mesmo tempo, ficção e realidade. Talvez este seja o ponto-chave das tramas atuais, que envolvem todos os dias milhões de telespectadores ansiosos pelo desfecho do capítulo até o final da novela. Esses espectadores têm a necessidade da história, a necessidade legítima de quem aguarda o sentimento da satisfação, “produtos que buscam a necessidade/desejo de ouvir/dizer histórias, histórias faladas, contadas para serem ouvidas” (ALMEIDA, 1994, p. 26).

A cultura transmitida por imagens e sons forma uma nova oralidade, que não opõe uma fala a uma escrita, mas implica uma inteligência reflexa, mecânica, do espetáculo. Deste modo, tudo o que se vê e ouve é o que é, uma verdade seguida por muitos. A isso chamamos de sociedade de massas. Imagens e sons devem ser percebidos, porque são simulações do real, que se tornam reais devido a identificações com a oralidade da fala, com a simultaneidade dos tempos do espectador e das imagens. A sociedade de massas é uma sociedade da visibilidade. Tudo o que é mostrado, visto, ouvido, adquire caráter de verdade e as pessoas que se educam por esses meios fazem do pensar algo superficial, com informações simplesmente aceitas, sem dúvidas.

As narrativas modernas do cinema são como atos sempre socialmente simbólicos, cuja relação necessária com o político é, muitas vezes, indiscernível na imanência do relato, exigindo uma decifração alegórica de múltiplas referências. Ao incorporar elementos do trágico em sua composição estilística, a tragédia lida com a imitação de uma ação importante e completa, de certa extensão e unidade temporal; ação apresentada, não com a ajuda de uma narrativa, mas por atores, e que, suscitando a compaixão e o terror, tem por efeito obter a purgação dessas emoções (ARISTÓTELES, 1985, p. 248). Pois ao suscitar a compaixão, o público precisaria se identificar com as situações apresentadas no palco. Sendo a compaixão uma espécie de pena e o terror um estado de pavor e medo, tais sentimentos são suscitados quando o público presume que também é suscetível de sofrer de um mal idêntico àquele representado. A identificação do público com os fatos narrados no palco é chamada por Aristóteles de mimesis, a qual, por sua vez, provocaria a purgação dos sentimentos de terror e compaixão por parte dos espectadores. Para que a tragédia chegue ao seu objetivo, o personagem, o herói trágico possui um caráter elevado e nobre e, sobretudo, possui características de descomedimento. Além disso, ele se encontra numa situação intermediária, não sendo demasiadamente bom ou generoso, nem demasiadamente perverso.

Já o melodrama é tudo menos uma arte espontânea e ingênua; segue, pelo contrário, os princípios formais, intelectualmente requintados, da tragédia, adquiridos no decorrer de uma evolução longa e consistente, ainda que os reflita num

estilo que se tornou rude, sem as sutilezas psicológicas e as poéticas belezas da forma clássica. No plano puramente formal, o melodrama é o gênero mais convencional, esquemático e artificial que pode haver (HAUSER, 1980, p. 855-6).

A cultura de massa não é mais um conjunto de comédias de rádio, musicais e romances de Hollywood. É uma produção muito mais sofisticada, feita por pessoas talentosas em uma atmosfera saturada de idéias, mensagens e lembranças de antigos trabalhos e textos. A padronização, contudo, está ainda presente em formas subliminares. Acima de tudo está a lógica da “coisificação”, que é a intenção final de transformar objetos de todos os tipos em mercadorias. Se esses objetos são estrelas de cinema, sentimentos ou experiência política, não importa. As peças trágicas, então, na busca de uma identificação do palco com a platéia, constroem cuidadosamente os personagens e a trama das ações. Estes são submetidos a um princípio de verossimilhança, e a trama, valendo-se de peripécias e de reconhecimentos, apresenta uma mudança da felicidade ao infortúnio, mudança esta que ocorre devido a um erro grave do herói trágico. Toda a fábula, então, desde a caracterização dos personagens até a catástrofe final, deve ser construída em conformidade com o verossímil. Os personagens, em suas palavras e ações, devem apresentar-se coerentemente para que não comprometam a identificação com o espectador nem a emoção ao final do espetáculo.

O melodrama – gênero que aposta na simplificação entre o Bem e o Mal, em tramas repletas de reviravoltas (quase sempre acompanhadas de lição de moral) e que há mais de dois séculos arrebatou multidões – é o ponto de partida para as formas de encenação teatral herdadas pelo cinema e para o embate travado pelos que, transgressores, se dispuseram a enfrentar a tradição do espetáculo ilusionista. Essa tradição, herdada da literatura, teatro e música, segue soberana no cinema industrial. O herói trágico pertence a um outro mundo e não à cidade, a uma outra época que não o século V pré-cristão ateniense. As mesmas figuras, porém, que o jogo cênico, o manto, os coturnos, a máscara, a desmedida enfim de seu caráter realçam ao nível dos heróis de lenda aos quais a cidade presta um culto acham-se por sua linguagem, familiar e quase prosaica, pelas discussões que os contrapõem ao coro e uns aos outros, aproximados do homem comum e tornados contemporâneos dos cidadãos de Atenas povoando os degraus do teatro (VERNANT, 1991, p. 180-1).

A cultura transmitida por imagens e sons forma uma nova oralidade, que não opõe uma fala a uma escrita, mas implica uma inteligência reflexa, mecânica, do espetáculo. Imagens e sons devem ser percebidos, porque o são, simulações do real, que se tornam reais devido a identificações com a oralidade da fala, com a simultaneidade dos tempos do espectador e das imagens. A sociedade de massas é uma sociedade da visibilidade, pois tudo que é mostrado, visto, ouvido, adquire caráter de verdade e as

peças que se educam por esses meios fazem do pensar algo superficial, com informações simplesmente aceitas, sem a formulação de dúvidas. O sujeito consumidor de hoje sabe muito mais e tem maiores padrões de exigência, é mais “auto-reflexivo” e tem uma imensa experiência de outros textos, imagens e músicas e, por isso, gosta de comparar os produtos. O resultado é uma cultura de alusão e referências cruzadas.

Esse gênero se consolida logo após a Revolução Francesa, em outra atmosfera social e política, concretizando o gênero dramático de massas. No ilusionismo, há uma reprodução das aparências, afirmando a representação. O melodrama é o gênero das grandes revelações, das encenações do acesso a uma verdade que se desvenda após um sem número de mistérios, equívocos, pistas falsas, vilanias. É intenso nas ações e sentimentos, ansioso pelo efeito e pela comunicação; envolve o olhar e ensina reconhecimento imediato da virtude ou do pecado, ou seja, do “bem” e do “mal”.

No contexto francês pós-1968, a reflexão abandonou a tradição de opor verdade e mentira, deslocando a discussão sobre a técnica do cinema, utilizando-se da indústria cultural. Nessa visão mais atual e cinematográfica, toda imagem é produto de um olhar, e é essencial que ela seja vista como tal.

A imagem cinematográfica é então observada a partir de sua participação em outra rede de relações, em que não há lugar para a interpretação (esse tomar a imagem como representação de algo exterior a ela), para o juízo da verdade ou mentira; em que se dissolve a oposição aparência (imagem)/essência (substância) – nada há por trás das imagens, elas valem como efeitos-de-superfície, imagem remetendo a imagem, fluxo de simulacros. (XAVIER, 2003, p. 50).

Enxergar implica discutir os termos desse olhar, observar com ele o mundo, mas colocá-lo também em foco. Enxergar mais é estar atento ao visível e também ao que está fora do campo, tornando-o também visível. O melodrama é mais do que um gênero dramático, ele substitui, digamos assim, o gênero clássico, pois a nova sociedade demanda outro tipo de ficção, um gênero que supõe conflitos, entre bem e mal, formalizando um imaginário que busca dar corpo à moral, confiando na intuição e nos sentimentos dos indivíduos na lida com dramas que envolvem, quase sempre, os laços de família. Ao contrário do que acontecia na tragédia clássica, ao entrelaçar drama e experiência visual, há uma legitimação da cena em exibição, daquilo que pode criar a ponte entre os olhos e o coração.

À medida que o século XX avançou, as mudanças sociais e as novas questões trabalhadas na ficção deram lugar a um imaginário gradualmente marcado pela psicologia moderna e por uma franca medicalização do senso comum, em que a admissão da utilidade do prazer para a vida sadia veio combater o ascetismo religioso e ajustar os padrões morais do melodrama à tolerância e ao hedonismo da sociedade de consumo (XAVIER, 2003, p.93).

O espetáculo “enche os olhos” e ganha a cumplicidade do espectador. Vale, na imaginação melodramática, a idéia da expressão direta dos sentimentos. Os efeitos visuais causam impacto e, desde o melodrama do século XIX, são embalados por uma trilha sonora melodiosa (o *melos* do drama), reforçando a expressão das emoções, pois é preciso “ganhar” o espectador. Tudo é traduzido em imagem, traços de caráter, gesto ou fisionomia que sublinha uma reação da personagem, que oferece aos olhos do espectador o conflito com autenticidade, de forma clara e distinta. Em termos teóricos, isto significa que a expressão da emoção é essencial na composição do drama, pois todos no melodrama procuram identificar os valores sociais com a celebração da espontaneidade e o ataque à dissimulação. Na esfera pública, por exemplo, representa a exacerbação do jogo de máscaras em nome da comunicação.

Nesse espetáculo, os arquétipos que representam o “bem” são personagens triunfantes que sugerem a tranqüilidade, sob uma figura protetora naturalmente prestativa, de bom senso. Já a vilania de intenções, que postula o “mal”, move a trama e garante o encanto do espetáculo. A sociedade do espetáculo apóia-se na vitalidade do melodrama e nas representações. O fascínio dos espectadores garante o lucro do universo da mídia; afinal, o espetáculo produz satisfação, de fato, para a esfera dos desejos (XAVIER, 2003, p. 54). O exagero é o ingrediente que mais aproxima o melodrama da tragédia antiga. É ele que proporciona a conquista do público, um público que procura o teatro para se emocionar e, posteriormente, purificar essas emoções através da *kátharsis*. Este exagero, essa desmedida do homem existe na tragédia e no melodrama e em ambos aparece para educar o público.

Também no melodrama podemos perceber o jogo entre distanciamento e aproximação, pois a trama melodramática, na maioria das vezes, passava-se em lugares e tempos distantes, com a presença de condes, duques e marqueses, também distantes do universo dos espectadores. Mesmo assim, porém, conhecendo o típico desenrolar das peças, os espectadores se emocionavam com o enredo rebuscado, cheio de movimento e aparições misteriosas. Ou seja, mesmo com algum distanciamento, o público sempre se identificava com as paixões e os desejos de um dos quatro personagens típicos, principalmente a mocinha e o herói.

Se a identificação com os personagens aproxima espectadores da trama, outro dos recursos utilizados para que haja essa cumplicidade entre palco e platéia é o uso do coro, na tragédia grega, e de apartes, monólogos e confidências, nas peças melodramáticas. Estes, com função semelhante à do coro trágico, favorecem a compreensão por parte da platéia, além de envolvê-la e seduzi-la ao colocá-la a par de todos os meandros da trama.

Diante dessas emaranhadas relações entre cultura, arte e economia, sabe-se que a produção tecnológica e industrial está emergindo como produção cultural

(JAMESON, 2000, p. 64). O que a cultura tem que aprender a fazer é descrever essa situação, usando a própria produção tecnológica e industrial. A tecnologia não é neutra; assim como os grandes avanços de nosso tempo, ela pode ser uma ferramenta tradutora das expressões e produções genuinamente mais artísticas e culturalmente enriquecedoras em um tipo diferente de sociedade. E, evidentemente, a linguagem e a estilística do cinema e da televisão podem buscar outras formas de expressão, talvez aquela que está soterrada na memória do espectador, com imagens e temas primordiais.

#### NOTAS

- <sup>1</sup> Professor do Programa de Pós-Graduação em Letras: Linguagem e Sociedade da UNIOESTE/Cascavel (PR). Pesquisador do OLHO – Laboratório de Estudos Audiovisuais FE. UNICAMP. E-mail: acirdias@yahoo.com.br

#### REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Milton José de. *Imagens e sons: a nova cultura oral*. São Paulo: Cortez, 1994.
- ARISTÓTELES. *Arte retórica e arte poética*. Rio de Janeiro: Ediouro, 1985.
- CALVINO, Italo. *Seis propostas para o próximo milênio*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- HAUSER, Arnold. *História social da literatura e da arte*. Tomo II. Trad. Walter H. Geenen. São Paulo: Mestre Jou, 1980.
- JAMESON, Fredric. *As marcas do visível*. Rio de Janeiro: Graal, 2000.
- VERNANT, Jean-Pierre. *Mito e sociedade na Grécia Antiga*. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- XAVIER, Ismail. *O olhar e a cena*. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.