

O FILME COMO REPRODUÇÃO DA REALIDADE. ANÁLISE TEXTUAL, TEMÁTICA E INTERPRETATIVA DO LIVRO “O QUE É CINEMA” DE JEAN-CLAUDE BERNARDET¹

Yannara Negre Marques²

RESUMO

Em 1980, Jean-Claude Bernardet – ensaísta, roteirista, ator, crítico de cinema, professor de Comunicação – escreve “O que é Cinema”. O livro introduz com o capítulo “Realidade e dominação” no qual faz um paralelo entre o que a humanidade crê como real e a forma como o cinema reproduz esta realidade, além do potencial de dominação que ela apresenta por tal motivo. Este capítulo serviu de base para a produção dessa análise, visando um entendimento textual atemporal das ideias de dominação e de uma ampliação do conceito de realidade do cinematógrafo, já proposto pelo autor.

PALAVRAS-CHAVE: cinema, significado, realidade, Bernardet

ABSTRACT

In 1980, Jean-Claude Bernardet - essayist, screenwriter, actor, film critic, professor of communication writes “What is Cinema”. The book introduces the chapter “Reality and domination” in which it parallels what humanity believes to be real and how cinema reproduces this reality, in addition to the potential for domination that it presents for that reason. This chapter served as the basis for the production of this analysis, aiming at a timeless textual understanding of the ideas of domination and of an enlargement of the cinematographic concept of reality, already proposed by the author.

51

1 O Filme como Reprodução da Realidade. Análise Textual, Temática e Interpretativa Do Livro “O Que É Cinema” de Jean-Claude Bernardet - Resenha de Jean-Claude Bernardet, **O que é Cinema**. São Paulo: Livraria Brasiliense Editora S.A. 1980. 1 ed. 118 p.

2 Bacharel em Cinema e Vídeo pela UNESPAR, *campus* de Curitiba II – FAP (jul/2009-Ago/2014), pós-graduada em Direção de Arte pela UNIARA (set/2014-). Atua como editora de vídeo e assistente de fotografia. E-mail: ynegre@gmail.com.

KEYWORDS: cinema, meaning, reality, Bernardet

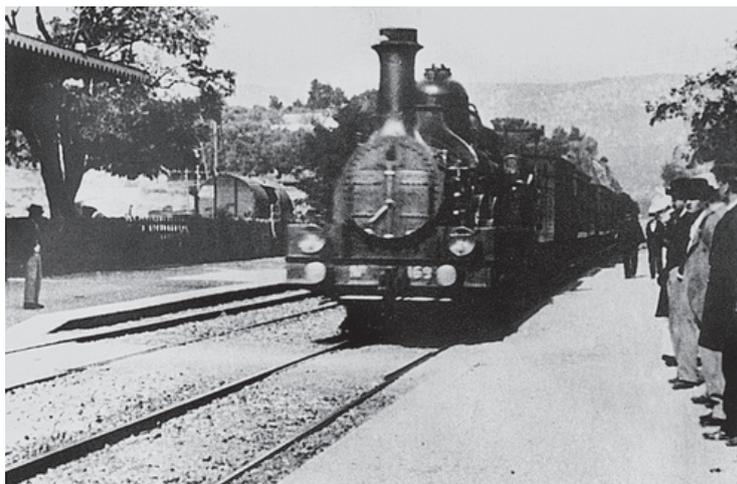
O OLHAR DA MÁQUINA

Desde os primórdios, o ser humano reproduz o mundo tal qual o percebe; ou tenta, ao menos. Desde o século passado historiadores, cientistas, cineastas, críticos de arte e teóricos de todos os seguimentos se perguntam se tal conquista foi alcançada pela criação do aparato cinematográfico dos irmãos Lumière.

Há pouco mais de 30 anos, Jean-Claude Bernardet não dá uma resposta direta, mas levanta um questionamento ainda mais pertinente à própria finalidade de tal aparelho. Se o cinema pode mesmo captar a realidade tal como a conhecemos, logo, o próprio pode ser usado para alterar nossa concepção de real e implantar ideais de realidade a um grupo específico ou – por que não? – a uma massa. Sim, ele pode ser usado como instrumento de manipulação, não somente de divulgação e criação de imagens. Contudo, antes de chegar à discussão em questão, Bernardet dissecou a história – e a história antes da história – do cinema em si.

Os Lumière disseram ao cineasta Méliès, ao tentar comprar uma câmera deles, que sua invenção não tinha futuro como espetáculo, que não passava de um meio de reproduzir imagens captadas e o público logo se cansaria da mesma. Bernardet nos relembra da primeira exibição pública do cinematógrafo dos irmãos Lumière, um filme chamou a atenção do público, “A Chegada do Trem à Estação” (1895) no qual o público desesperado correu em direção ao fundo da sala, amedrontado com o trem vindo de encontro a ele.

Figura 1: Frame do filme “A Chegada do Trem à Estação”



Fonte: L'Arrivée d'un train en gare de La Ciotat, 1895.

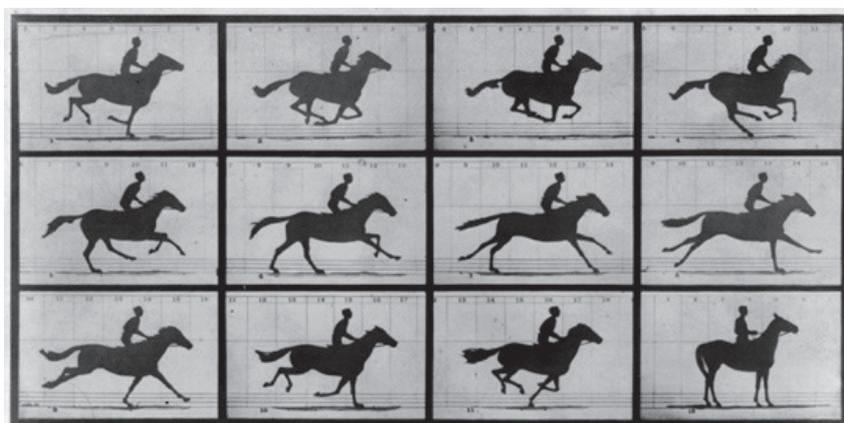
Outros relatos contam de forma menos sensacionalista que o público apenas se protegeu nas poltronas e não chegou necessariamente a sair de seu lugar. Independente da versão, desde aquele primeiro momento, as pessoas deixavam-se crer que o que estava diante de seus olhos, projetado em uma tela branca, fosse realidade. Embora todos soubessem que não se tratasse de uma locomotiva real, deixavam-se crer na ilusão criada pela imagem em movimento. O autor cita o exemplo do sonho; quando sonhamos, a ilusão criada é tão forte que somos condicionados a acreditar nela, só mais tarde, ao acordarmos, percebemos (ou nos lembramos) que se tratava de um sonho.

Quase um século depois, o público ainda preenche salas de cinema e, mesmo que não corra para os fundos das mesmas, ainda suspende sua descrença por cerca de 2 horas e se conecta mentalmente ao filme; ri, chora, se emociona, e até conversa com as personagens do enredo. A invenção, inicialmente científica, se provou uma excelente contadora de histórias, e fez desta a sua função principal, como já previra o mágico e cineasta George Méliès. Este último, ao filmar uma cena na rua, com um propósito meramente documental, tem a filmagem brevemente interrompida por um problema técnico e, ao retornar, um ônibus que estava passando foi substituído por um carro fúnebre. Na tela fica a impressão de que um veículo, magicamente, se transformara em outro.

A tecnologia se aprimorou passando do mudo e do preto e branco ao 3D com *Dolby Surround*. Contemporaneamente, as imagens na tela ainda possuem um poder ilusório que se mantém. “Mas por quê?” - Questiona Jean-Claude Bernardet. O público

está ciente que as imagens mostradas na tela não são a realidade e até conhecem, muitas vezes, os mecanismos de manipulação das mesmas. “É aí que residia a novidade: na ilusão. Ver o trem *como se fosse* verdadeiro.” (Bernardet, 1980, p. 12)

Uma pintura realista ou uma fotografia poderiam remeter à realidade, mas lhes falta o movimento, fundamental para a percepção do mundo tal qual o vemos, para nossa *impressão de realidade*. E as tentativas de apreender tal movimento ao longo da história são inúmeras (desde o século XIX, se tem notícia), entretanto só fora concretizada e exibida adequadamente na invenção dos Lumière, cuja ideia já havia sido teorizada no Mito da Caverna, de Platão. Dentre os pré-cinema, existiram: a câmera revolver, o fuzil fotográfico ou o experimento feito pelo inglês Muybridge para registrar o galope de um cavalo.



Fonte: Reframing Photography

Segundo o autor, o movimento seduz, mas não se trata somente de ver mais detalhadamente o que pode ser visto a olho nu, senão de dar-lhe uma nova percepção. O mundo em movimento que é o cinema é criado no final do século XIX com demais tecnologias como o avião, o telefone, a luz elétrica etc. Não era apenas a arte de transmitir o movimento, mas de fazê-lo por meio de uma máquina.

Tal máquina, por se tratar de um aparato científico, mecânico, tem um olhar mais objetivo, cru, dispensa maior intervenção humana, é diferente de olhar uma criança brincando ou uma tarde ensolarada a olhos nus, carregados de subjetividade e falhas emoções humanas. Em teoria, esta afirmação poderia ser verdadeira. No segundo subcapítulo (A arte do real?), o autor analisa como o simples fato de uma câmera estar presente altera a realidade e como as imagens captadas e recebidas passam pelo “filtro” de subjetividade humana.

Bernardet (1980, p. 22-23) ainda relembra: “[...] o cinema não nasceu assim pronto, ‘reproduzindo o real’. É algo que se foi construindo aos poucos, [...] levou tempo para encontrar a sua localização na sociedade, suas formas de produção, sua ou suas linguagens.”

O OLHAR DO HOMEM

“Dizer que o cinema é natural, que ele reproduz a visão natural, que coloca a própria realidade na tela, é quase como dizer que a realidade se expressa sozinha na tela.” (Bernardet, 1980, p. 19-20).

Para o autor, a primeira diferença da captação para a percepção natural humana consiste em o campo de visão humano ser maior que o espaço da tela. Sempre haverá espaços acima ou abaixo da tela, de um lado ou do outro – Na época de sua publicação, ainda não haviam sido desenvolvidos os simuladores com telas gigantescas ou as salas de cinema 360° -, mas mesmo com a tecnologia atual, ao se sentar no meio do cinema, ainda é possível ter a pessoa ao lado dentro do campo de visão, logo, a análise de Bernardet não é de todo excluída.

Segundo fator: as cores na tela não são percebidas como na realidade podendo ser alteradas num mesmo filme; a matriz de cores e saturação de um mesmo filme pode variar dependendo dos ajustes de cada projetor (fator mais visível em tela de computadores ou televisores). Quando surgiram, nos anos 1950, as cores de um filme remetiam ao mundo real, mas ainda não eram naturais como a visão humana.

Até a perspectiva vista na tela é diferente, uma vez que esse ideal de profundidade é apenas uma convenção social ocidental e não universal. Aqui, vale ressaltar que o recente advento dos filmes em 3D dá uma nova percepção de profundidade muito mais distante daquela encontrada no mundo natural.

Os defensores do Cinema como reprodução do real, mais se apoiam no aspecto na reprodução do movimento como base para fazê-lo. Mas, segundo o autor, até tal reprodução é imperfeita. Basta observar uma película de perto e ver que as imagens de cada *frame* de um filme nada têm de movimento, são estáticas e sua exibição contínua em

24 quadros por segundo é que cria tal efeito por um “engano” do cérebro. “É só aumentar ou diminuir a velocidade da filmagem ou da projeção para que essa impressão de desmanche.” (Bernardet, 1980, p. 19).

Todos estes artifícios são mascarados pelas pessoas que produzem os filmes, dentro de um sistema onde a lei que impera é a de que o aparato cinematográfico não pode aparecer a qualquer custo. Algo como ver a um truque de mágica, o intrigante é ver o coelho saindo da cartola, saber como o truque se dá, onde o mágico esconde o animal e os movimentos com a cartola, estraga o encanto de todo o ato. O público está pagando para ser enganado. E ele sabe disso. O que ele não tem consciência é que pode também estar sendo alienado.

Jean-Claude Bernardet exemplifica a situação comparando com uma pessoa que vive num regime ditatorial, mas que diz: “Não concordo”. Esta é a opinião de uma pessoa; caso houvesse uma artimanha para fazer com que o dono do discurso sumisse e este passasse a existir por si só, como uma verdade “seria uma frase sem autor, sem intervenção humana”. (Bernardet, 1980, p. 19).

Com o cinema o que acontece é similar, ignora-se quem diz, o que diz pelas entrelinhas, e que esta mesma fala representa um ponto de vista de alguém ou de uma classe dominante que pretende assegurar sua forma sutil de dizê-lo. Para a classe dominante exercer sua dominação ela deve transmitir sua ideologia de forma indireta, ou seja, a classe oprimida deve percebê-la como verdade.

A PERCEPÇÃO DO OLHAR

Como já dito antes o, chamado por alguns, “olho mecânico” vem do filho da burguesia: a máquina. A revelação em película passa por um processo químico, e o digital - que toma cada vez mais espaço - vem de uma junção de *softwares* e *hardwares*, ambos igualmente fascinantes para a mãe burguesa. Talvez por isso o cinema atraia tanto, ao sentar numa sala escura o público entra em um quase transe e permanece imóvel em sua catarse, ele se identifica em maior ou menor grau com personagens e enredos - no caso do

cinema narrativo, que dominou as formas de exibição. “Não só o cinema seria a reprodução da realidade, seria também a reprodução da própria visão do homem.” (Bernardet, 1980, p. 17)

Méliès, já fascinado por criar universos e situação irreais no palco, traz para o cinema o uso da ilusão como ferramenta motriz. Em 1902 estreia o filme “Viagem à Lua”, no qual o homem pisa pela primeira vez no satélite; anos antes dele realmente pisá-lo, já tínhamos tal cena no imaginário popular construído pelo filme.

J.C. Bernardet traz a ilusão, não só como elemento, mas como material base para criar a realidade fictícia - mesmo em documentário - de um filme. Ela que mantém o cinema tão amplamente utilizado por tantos anos, e está sempre se reinventando técnica e narrativamente para manter-se.

O autor reuniu seus pensamentos em meio a mudanças tecnológicas dos anos 1990. Nas últimas décadas, seguimos notando atualizações (tais quais: melhor percurso e abrangência do som no interior da sala de exibição, alta definição da imagem, efeito 3D aumentando a profundidade, telas cada vez maiores, poltronas que se movimentam...) que podem ser indícios de que o cinema não caminhe visando puramente a uma igual, mas sim a uma melhor percepção do real.

Bernardet vai mais longe: se o que se pretende com o cinema é transmitir o real, logo, o que há na imagem é percebido como real, indiscutivelmente.

Não demorou para poderes capitalistas e burgueses se apoderarem do aparato para captar suas imagens e iludir - num sentido bem amplo da palavra - as classes mais alienadas e apresentar-lhes novos padrões de comportamentos, conceitos, moralidades, política, um novo mundo real.

A MANIPULAÇÃO DO OLHAR

Muito inteligentemente, o autor retrata o ponto de vista da classe dominante: Para continuar dominadora, essa não pode apresentar sua ideologia como tal, o que deve ser transmitido é “a verdade”, ou melhor, o que deve ser percebido é a verdade. Mesmo que o cinema se baseie na ilusão, aqui é preciso disfarçá-la, ignorá-la, manipulá-la. Segundo essa linha, não é prudente dizer que o cinema não é uma imposição da burguesia que o

mesmo possui características independentes e que no processo de realização do filme, que sua significação³ é neutra e que não há ponto de vista de quem o realiza. Ignorar o uso do Cinema como ferramenta de mercado é ignorar a maior parte de sua história, pois mesmo seus criadores o consideravam instrumento comercial.

De exemplo de manipulação deliberados há inúmeros, como os filmes de propaganda Nazista da cineasta alemã Leni Riefenstahl. Em seu famoso filme, “Triumph des Willens” (1935) (Triunfo da Vontade), um dos mais conhecidos filmes de propaganda política, usa imagens grandiosas dos exércitos, armamentos e aviões de caça, ao som de música clássica. As técnicas utilizadas tiveram tanta adesão que passaram a influenciar publicidades, outros filmes ideológicos e comerciais. Antes disso, o americano D.W. Griffith faz a emblemática cena final de “The Birth of the Nation”(1915) (O Nascimento de uma Nação) com a Ku Klux Klan entrando ao som de “Ride of the Valkyries” e glorificando a salvação da ordem e justiça, em um discurso racista e maniqueísta.



Fonte: Triumph des Willens, 1935.

A relação dominadores x dominados, em geral, não é algo tão direto e pragmático, mas fluiu naturalmente conforme o conteúdo das películas foi ganhando significado, passada as surpresas do período onde o cinema era uma novidade. Ir ao cinema hoje não é o mesmo que em 1900; as pessoas não estão apenas buscando ver imagens em movimento projetadas porque nunca às viram, estão ainda interessadas no espetáculo visual, mas, uma

3 Significação: s.f. 1. Ação ou efeito de significar. 2. O que significa uma palavra ou coisa; sentido; acepção; significado. 3. Valor; alcance.

vez que a maioria deste público já nasceu em meio estas (seja em televisão, computadores e celulares), agora se interessam cada vez no conteúdo mostrado na tela. Podem até se surpreender com inovações de cadeiras que vibram ou artifícios como vento na plateia, contudo a ideia do que é cinema já está construída nesse público.

Além de tudo, para propagação de uma ideia é necessário divulgação e distribuição. O mecanismo científico é novamente incorporado à arte burguesa, há a possibilidade de fazer cópias: um mesmo discurso pode ser transmitido igualmente na França e nos Estados Unidos ao mesmo tempo, se feito cópia do rolo original, aspecto não comum a outras manifestações artísticas, o que reitera seu uso como instrumento de mercado.

Uma explicação para os fracos mercados de produção de cinema em países de terceiro mundo é a baixa industrialização tanto para a produção do filme original, quanto no circuito de exibição que é carente de eletricidade, aparelhos de projeção, salas, cadeiras, público pagante etc.

DE OLHO NO PRODUTO

Fala-se muito sobre cinema, num ponto de vista artístico, social ou antropológico, entretanto pouco se estuda ou mesmo se fala deste com um ponto de vista mercadológico. Um filme comercial é, antes de mais nada, um produto, assim como a carne, o arroz, o vinho, a roupa, um quadro ou uma peça de teatro.

É complicado falar de itens artísticos, como o cinema, pelo viés de produto. Por se tratar de um item abstrato, você nunca paga pelo filme em si, paga-se pelo direito de assisti-lo, de possuir uma cópia em DVD, *Blu-ray*, arquivo digital ou o ingresso para poder ocupar uma cadeira numa sala. Nem o proprietário do filme (uma produtora, por exemplo) possui o “objeto” filme, ele pode possuir o material bruto, material organizado em negativo, o projeto, mas não o filme em si. Este não é palpável.

O filme “é uma mercadoria abstrata que se assemelha não ao quadro ou ao livro, mas a uma mercadoria tipo transportes públicos.” (Bernardet, 1980, p. 29) A cada sessão é vendida uma quantidade “X” de bilhetes para as poltronas. Caso algum ingresso não

tenha sido vendido numa sessão determinada, aquele bilhete não pode ser oferecido para ser reocupado ou o comprador que perdeu a sessão não pode reutilizar o ingresso para a seguinte. Ao terminar uma sessão de exibição, recomeça o processo.

Dessa natureza virtual do cinema advém a, já falada, capacidade de multiplicação. De um filme se pode tirar uma quantidade ilimitada de cópias e essas cópias podem ser assistidas milhares de vezes, inclusive, pela mesma pessoa mais de uma vez. Ao assistir a uma peça de teatro pela segunda vez, alguns itens podem variar, tais quais: interpretação dos atores, iluminação, direção de cena, cenários ou figurinos, entretanto ao se assistir a um filme repetidamente, o filme é exatamente igual, podem variar as condições da sala ou a situação na qual é visto, mas o “objeto-filme” continua o mesmo. Permitindo ao espectador se ater a detalhes que passaram despercebidos na primeira ocasião.

O investimento inicial de um filme é pago em pouco tempo em comparação ao de uma peça. Começa, então, o espaço para o lucro, em especial em países desenvolvidos e com um sistema de produção interna que já se paga no próprio país. O autor cita o caso dos Estados Unidos, cuja produção é difundida mundialmente e se intensificou no Brasil por volta de 1914-18, depois da primeira guerra mundial.

A estrutura da produção cinematográfica industrial é um triângulo: produtor, distribuidor e exibidor. Posteriormente entra o expectador, quanto o produto já está pronto para ser consumido.

A produção fílmica brasileira não consegue competir com a norte-americana, nem mesmo dentro do mercado interno, onde deveria ser paga antes de ser exportada. O que todo brasileiro sabe é que não é isto que ocorre; a produção dos EUA massifica todos os circuitos de exibição comercial e as leis de proteção e estímulo ao consumo de produções brasileiras são débeis. Não longe disso, temos um cinema de importação marcado pelo idioma inglês norte-americano e legendado e um cinema nacional, produzido por meio de leis de incentivo que não dão conta de abrigar todos os produtores e que pouco pensa sobre a distribuição dos filmes. Ao contrário do primeiro modelo, pagamos para fazer o filme e não para vê-lo.

Casos como o Cinema Bollywoodiano são raros, onde um país subdesenvolvido produz e consome o seu próprio produto. O Brasil está preso num sistema de importação no qual restringir a entrada dos filmes americanos poderia implicar na restrição de exportação de produtos brasileiros. E, junto com o filme, consumimos o modo de vida e a ideologia americana. “A dominação dos países subdesenvolvidos por cinematografias industrializadas não é exclusivamente econômica. É global. Ela forma gostos, acostuma a ritmos etc. [...] Isto influi sobre o quadro de valores éticos, políticos, estéticos.” (Bernardet, 1980, p. 28)

Não obstante, uma possível repercussão contemporânea é o financiamento coletivo, a qual ganhou força nos últimos 10 anos e há um contato mais direto com o público que deixa de ser passivo durante a produção e ajuda, a financiar o produto final. A premissa de dominador x dominado cai nesse último caso, e a discussão se o cinema é ou não um retrato da realidade também fica à deriva para que o mesmo faça cada vez mais parte da realidade dos segmentos sociais, criando um imaginário popular passível de ser transferido e com potencial muito maior de alterar a realidade como a conhecemos.

Concluindo, decorridos anos após a invenção e difusão do cinema, que encantou e encanta público, há quem diga que o que menos importa num filme é a impressão de realidade. Não os fatos naturais ou irrealis, mas sim seu conteúdo. Bernardet faz uma metáfora com um fuzil: “É pouco relevante que dois filmes sejam sustentados pela impressão de realidade, mas é relevante que um seja contra determinado movimento operário e outro a favor. Um fuzil é sempre um fuzil, o que é significativo não é o fuzil, mas sim quem o maneja e contra quem é manejado.” (Bernardet, 1980, p. 22)

REFERÊNCIAS

BERNARDET, Jean-Claude. **O que é Cinema**. São Paulo: Livraria Brasiliense Editora S.A, 1 ed.1980.

EADWEARD, Muybridge. In: **Reframing Photography**: theory and practice. Disponível em: < <http://www.reframingphotography.com/content/eadweard-muybridge>>. Acesso em: 28 mar 2015.

LUMIÈRE, Auguste e Louis. In: **L'Arrivée d'un train en gare de La Ciotat** (1896). PB. Disponível em: < <https://youtu.be/1dgLEDdFddk> >. Acessado em: 5 abr 2015.

RIEFENSTAH, Leni. In: **Triumph des Willens** (1935). PB. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=GHS2coAzLJ8> >. Acesso: 5 abr 2015.

SIGNIFICAÇÃO. In: LUFT, Celso Pedro. **Minidicionário Luft**. São Paulo: Ed. Ática, 16 ed. 1999. p. 606.