

# CINEMA, CULTURA E MÍDIA: PENSANDO A LINGUAGEM DO ESPETÁCULO

Vanessa Kalindra Labre de Oliveira<sup>1</sup>  
Departamento de Artes - UFRN

Resumo:

O presente artigo tem por objetivo refletir sobre as transformações pelas quais o cinema e a linguagem cinematográfica dita pós-moderna tem passado nas últimas décadas frente o contexto da sociedade contemporânea. Neste sentido, busca-se também pensar sobre o papel dos meios de comunicação de massa na construção de imaginários coletivos sociais, e como o cinema dialoga com esse contexto global sem precedentes, visto o desenvolvimento tecnológico e as mudanças na representação do sujeito pós-moderno.

Procura-se, portanto, articular o cinema, enquanto discurso midiático, cultura contemporânea e meios de comunicação de massa no intuito de discutir a espetacularidade nas representações do sujeito contemporâneo no contexto sócio-cultural global e a centralização da imagem como mediador das relações sociais.

Palavras-Chaves: Cinema, Cultura, Mídia, Sociedade

*“A nossa subjetividade está escravizada à objetividade da realidade”*  
(Augusto Boal, 2009:71)

É inevitável questionar as mudanças pelas quais a sociedade contemporânea tem passado ao longo das últimas décadas, principalmente, no que consiste às formas de representação do sujeito e a relação estabelecida com os meios de comunicação de massa. É baseado neste cenário que o trabalho em questão discute acerca das transformações sócio-culturais ocorridas em contrapartida ao desenvolvimento dos meios de midiaticização cultural, articulando, pois, com as mudanças nos códigos e nas convenções da linguagem do cinema contemporâneo. Trata-se, assim, de articular cultura e cinema no sentido de analisar as convergências e divergências entre a sociedade e seus meios de representação.

A intenção de articular cultura e cinema parte do pressuposto de que os meios de comunicação de massa, de modo geral, dialogam com a organização sócio-cultural da sociedade, ou seja, as linguagens dos meios de comunicação de massa são influenciadas pela forma de organização e compreensão dos papéis culturais da sociedade, da mesma forma que a sociedade contemporânea é influenciada pelos códigos simbólicos do aparato

---

<sup>1</sup> Graduanda do curso de Licenciatura em Teatro pela UFRN e bolsista CNPq - Balcão orientada pela Profª Drª Maria Helena Braga e Vaz da Costa, coordenadora do Grupo de Pesquisa Linguagens da Cena: Imagem, Cultura e Representação.

cinematográfico e demais meios. Assim, como afirma Goidanich: “Há um consenso entre os autores e pesquisadores da atualidade sobre o papel da mídia como formadora das identidades e como poder determinante dos comportamentos e atitudes dos cidadãos em suas vidas públicas e privadas” (2002:74), tanto quanto os discursos midiáticos são resultados da interação e apropriação dos contextos nos quais estão inseridos.

Desde os estudos de Guy Debord sobre o conceito de sociedade do espetáculo, em face do desenvolvimento do capitalismo tardio, a temática dos processos de espetacularização do sujeito contemporâneo e a importância dos meios de comunicação de massa na compreensão desta nova sociedade têm sido veementemente discutidos. O poder da imagem, diretamente associada ao estado de consumo estimulado na contemporaneidade vem cada vez mais se dilatando e exercendo, através da representação visual, o domínio subjetivo e social frente os sujeitos e contextos. Neste sentido, destaca João Freire Filho:

“A emergência da sociedade do espetáculo parece coincidir com um momento preciso da história da cultura do consumo no século XIX, em que as novas formas e tecnologias de representação visual, constituídas de maneira espetacular, passam a mediar todas as relações sociais e a estender o caráter fetichista da mercadoria a todas as áreas da vida, por meio da disseminação da imagem” (FILHO, 2005a:26)

O caráter mercadológico instituído na organização da sociedade atinge, portanto, aspectos da vida antes não comercializados, como os sentimentos, subvertendo a lógica de mercado até então instaurada, afirmando o poder do sistema capitalista e constituindo um momento sem precedentes da história mundial.

Os meios de comunicação de massa passam a mediar as relações sociais, e a imagem passa a criar importantes jogos políticos que obedecem a interesses econômicos. O cinema, a publicidade e a televisão, nesta perspectiva, passam a desempenhar um papel fundamental neste tipo de sociedade, alimentando comportamentos e controlando desejos, sustentando o sistema e criando novos parâmetros de vida ao ratificar, por exemplo, a hegemonia de grandes instituições comerciais ou a ditadura da imagem e da beleza, definindo corpos e segregando grupos.

Discute-se, todavia, a importância direta destes três canais midiáticos no controle da informação na sociedade do espetáculo, e para tanto, será aqui destacada a relevância do cinema na compreensão das transformações sócio-culturais pelas quais a sociedade tem perpassado na era da tecnologia, e ainda sua participação neste tipo de contexto.

O cinema sistematiza sua informação não através da linguagem articulada, ou seja, racional e lógica por excelência, mas o faz por meio da própria imagem, construindo conceitos e símbolos através de seus códigos e convenções. Neste sentido, não são apenas as mídias que trabalham com a informação articulada capazes de manipular o imaginário coletivo e transformar em mercadorias aspectos da própria vida do sujeito, a própria linguagem cinematográfica o faz através de uma lógica estética e convencional, e não menos poderosa.

O conceito de *mise-èn-scene* reflete bem a realidade da imagem cinematográfica na medida em que chama atenção para sua construção simbólica. No cinema nada ocorre por acaso. Uma cadeira no canto da sala é bem mais que só uma cadeira no canto da sala. Na diegese todo e qualquer detalhe é prenhe de significação e a

estrutura cênica expõe, critica e revela. Assim, o sentido do discurso cinematográfico se constrói a partir das relações mantidas conscientemente através de metáforas, símbolos e convenções, bem como a partir da relação estabelecida entre o espectador e seu aparato social.

Desta forma, o cinema admite resignificar os aspectos e modelos apresentados pela sociedade, deglutindo comportamentos e perspectivas, como também é capaz de inferir, através do poder de convencimento de sua imagem e de seu aparato industrial, na realidade sócio-cultural dos espectadores. Pois como bem nos apresenta Júlio Cabrera, há na linguagem cinematográfica uma apresentação sensível do mundo, e o cinema “não é apenas lazer, ou uma ‘experiência estética’, mas uma dimensão compreensiva do mundo” (2006:21).

## A LINGUAGEM CINEMATOGRAFICA E A PÓS-MODERNIDADE

A introdução do som no cinema, no final da década de 1920, ou o uso da cor no cinema, de forma tardia por volta dos anos 1960 estimulado pela concorrência da televisão colorida, transformaram a história do cinema mundial, difundindo uma nova postura na apresentação das narrativas cinematográficas e nos modos de representação do sujeito. Estas mudanças não surgiram à toa, sendo produzidas devido um contexto social e ideológico que não mais se identificava com a estrutura de representação praticada pelo cinema da época; ou seja, o aparato cinematográfico da época já não abarcava, em termos de representação, o sujeito e sua realidade.

Em acordo com esta perspectiva histórica, desde a revolução industrial até as mais modernas tecnologias de informação já desenvolvidas no contexto da contemporaneidade, o cinema novamente, enquanto aparato/meio de representação, se transforma (ou é transformado) de modo a compreender e abarcar as novas formas de mundo que surgem e fazem constituir o sujeito contemporâneo. Neste sentido, o cinema dito pós-moderno acaba por converter sua linguagem a partir das referências suscitadas pelo contexto.

É diante desta sociedade contemporânea, influenciada pelo poder da imagem, que a narrativa cinematográfica passa a definir novas estruturas constituídas e baseadas no intuito de manter uma relação de reconhecimento do sujeito, através da dinâmica do olhar, da aproximação e da afetividade. Neste sentido, a conexão entre as mudanças acarretadas na sociedade interfere no modo de representação desta mesma sociedade. Partindo, pois, desta premissa, entende-se que a dimensão artística do sujeito, em termos de representação, revela o teor cultural, da mesma forma como o cinema provoca novas problemáticas a sua realidade.

O cinema, portanto, como arte da imagem em movimento, arte de se contar histórias através de imagens, como costumava afirmar Charles Chaplin, é um modo de perceber o sujeito a que se refere, suas formas de entendimento sobre o mundo, sobre a realidade e, principalmente, sua capacidade de manipular o discurso social a partir representação visual.

Em termos de linguagem cinematográfica, a produção contemporânea (leia-se a partir da década de 60) atinge um grau de complexidade interessante na discussão acerca do diálogo entre cinema e cultura. Enquanto que as produções anteriores destacavam

problemáticas do coletivo, na contemporaneidade a abordagem passou a fixar conflitos psicológicos individualizados, deslocando a atenção do social para o sujeito individualizado. Como evidencia Hall (2001) a respeito da sociedade pós-moderna “é agora um lugar-comum dizer que a época moderna fez surgir uma forma nova e decisiva de *individualismo*, no centro da qual erigiu-se uma nova concepção do sujeito individual e sua identidade” (p. 24-25).

A narrativa dita pós-moderna vem se apresentando, neste sentido, cada vez mais fragmentada e polifônica. As estruturas de linearidade, de modo a apresentar efeitos de ação-reação claros e coerentes, construídas em um tempo-espaço verossimilhanças ao real, técnicas bastante difundidas pelo cinema clássico hollywoodiano, foram se transformando ao longo do tempo, destacando características de cunho rizomático e descontínuas.

A própria relação com o real foi alterada, gerando uma crise na representação. Curran (2007), discutindo sobre os estudos de Baudrillard, reafirma o caráter múltiplo da imagem dizendo que a “circulação em massa de imagens transformou o mundo numa sala de espelhos, levando a uma implosão de sentidos” (p.21). Sobre isso Pucci destaca: “as câmeras podem mentir, todas as imagens são manipuláveis, tudo é discurso” (2008:152). Nesta perspectiva, a noção de realidade é alterada de modo a substituir o conteúdo pela forma, o real transformado em evento de ficção, de aparência, reafirmando assim o olhar como estímulo primeiro e a imagem como centro de referência. Costa (2006) ao articular a linguagem cinematográfica e esse novo contexto da sociedade, acrescenta:

“A questão da verdade e da realidade do acontecimento histórico é irrelevante no momento; o indivíduo desaparece em proveito da ação e o conteúdo em proveito do visível. A mise-en-scène ‘salta’ à frente do que é representado, sinalizando menos para o significado completo e pleno e mais para uma exaltação da intensificação do artifício visual” (COSTA, 2006:132)

É numa realidade ficcionalizada e presa à construção da imagem que o cinema tem se apresentado como uma importante meio de compreensão do humano, uma vez que sua imagem dialoga (em termos de representação) com as novas tessituras sociais.

Segundo Steven Connor (1993), a sociedade pós-moderna, além do teor individualista, caracteriza-se pela valorização dada ao processo artístico, ou seja, a relação artista-obra é muito mais valorizada e pensada em termos de processo, emitindo assim uma posição performática com a obra, do que na busca objetiva por um produto final e acabado. Enquanto que a modernidade visava o produto, resultado de rompimento com as estruturas tradicionais, a narrativa pós-moderna tende a valorizar o processo de construção, relendo, resignificando e transformando elementos da tradição.

O desenvolvimento de gêneros capazes de abarcar e delimitar as fronteiras de uma dada caracterização é outro importante elemento que marca a cinematografia moderna. No entanto, quando se trata de obras contemporâneas essas distinções se pulverizam, dificultando qualquer marca ou domínio de um único gênero artístico. Nesta perspectiva, a obra pós-moderna caracteriza-se pelo hibridismo lingüístico, pela estrutura de intertexto, através de citações, justa-posições e tantos outros elementos. Assim, os textos dialogam sem que sua unidade seja jamais identificada. Não há obra autêntica na pós-modernidade,

mas sim recortes, ângulos e conexões entre as referências que trazem o sujeito autor da obra e as que o mundo propõe.

A tendência da contemporaneidade não é mais uma verticalização da problemática e sim a superficialidade de sua condição. Com a globalização, por exemplo, a concepção de tempo e espaço transformou a relação com a mensagem, de modo que o máximo de conteúdo deve ser dito no mínimo de estrutura, o que acarreta um fluxo demasiadamente grande de informações a ser consumida pelo espectador. Não se trata, portanto, de dissecar o tema abordado, mas explorar as potencialidades artísticas que determinadas questões suscitam ao sujeito pós-moderno, a partir de uma estrutura caleidoscópica, onde destaca-se a multiplicidade e a indeterminação da forma.

O cinema contemporâneo dito pós-moderno, bem como toda arte contemporânea, se conforma assim apresentando um deslocamento dos referenciais, dos códigos e convenções até então desenvolvidos, mostrando-se ambíguo, rizomático, fragmentado e superficial.

## O PODER DA IMAGEM NA ORGANIZAÇÃO SOCIAL

Não cabe mais perguntar se o produto cinematográfico é arte ou mercadoria, pois é impossível dissociar um do outro, justamente pela união entre arte e sociedade no contexto da contemporaneidade. A definição de arte vem se transformando desde a revolução industrial com o conceito de reprodutibilidade técnica, ou seja, não se trata mais da obra artística enquanto unicidade, aura, e sim enquanto multiplicidade e, ainda, em relação a zona de alcance da imagem na própria sociedade. Cabe, neste sentido, questionar o poder dessa arte em termos de representação social muito mais do que justificá-la em conceitos estéticos.

Nesta perspectiva, e partindo do pressuposto de que olhar uma coisa é ao mesmo tempo transformá-la e transformar a si próprio, a imagem cinematográfica é caracterizada também pela influência sob os modos de organização social na medida em que transforma o espectador com bases em suas estruturas simbólicas. Estudos sobre o feminismo, por exemplo, destacam o valor da mídia na ratificação da ordem social falocêntrica, ou seja, numa organização social que define o papel masculino como centro nas relações de poder e decisão social, enquanto que a figura do feminino é segregada à marginalização e ao silêncio. Dessa forma, a representação cinematográfica reafirma a mulher dentro de um contexto social que a submete a figura do Outro (tudo que não é Homem é o Outro: o estranho, o exótico), definindo e afirmando, assim, papéis sociais em torno de um olhar dominante. Filmes como *Caminhos das Nuvens* (Vicente Amorim, 2003) ou *Anjos do Sol* (Rudi Lagemann, 2006), por exemplo, submetem, através do poder simbólico da imagem em termos de construção discursiva, um universo que assume o papel masculino como ativo dentro da narrativa. Mesmo que Rose (Claudia Abreu) ou Maria (Fernanda Carvalho) consigam até certo ponto sublinhar suas vidas, não cabe a elas definir qualquer alteração significativa, visto que são conduzidas pelas posições que ocupam e pelas narrativas que lhes conferem o erro. A imagem, nestes casos, transcende a barreira do cinema inferindo na organização da vida social.

A mídia, portanto, é uma arma do consenso na medida em que se instaura e deforma a subjetividade coletiva sem que para isso resulte em qualquer tipo de conflito

(FILHO, 2005a), pelo contrário, sua representação de mundo, compreendida enquanto real e verossimilhante, passa a ser definida como dada e imutável.

O desenvolvimento dos meios de comunicação de massa proporcionou à imagem uma independência do texto, isto é, não é que a imagem passou a ser importante somente devido o contexto de espetacularização do sujeito e de seus meios de representação, mas a imagem passou a ter autonomia frente à centralização da palavra articulada. Neste caso, o contexto da contemporaneidade, onde tudo é absolutamente efêmero, permitiu que esse tipo de linguagem abarcasse a velocidade e a nova percepção de tempo-espaço gerada pelo processo de globalização. Isso não quer dizer que o texto seja excluído do cinema ou demais mídias, mas que este não estabelece uma relação centralizada, como até então o fez, na mensagem e na leitura do observador.

Portanto, numa sociedade em que a faculdade do olhar é privilegiada, o cinema, evidencia não somente em termos de aparato seu poder frente à sociedade do espetáculo, mas enquanto indústria e, principalmente, discurso. Cultura de mídia e Cultura de consumo, por exemplo, são conceitos intimamente associados na contemporaneidade. Como destaca Filho (2005b) “a maioria dos produtos midiáticos é, também, mercadoria, a maior parte das mercadorias, por sua vez, funciona, de alguma maneira como mediadoras de significados” (p. 123). Trata-se, pois, de uma fase do cinema, surgida ainda década de 1980, em que texto (em termos de mensagem e leitura, e não somente palavra) está diretamente articulado ao contexto, onde, portanto, produz-se subjetividade a partir das proposições objetivas do mundo. Ou seja, o cinema é arte considerando não somente os aspectos técnicos e estéticos, mas também os aspectos políticos, econômicos e sócio-culturais despertados pelo contexto.

A imagem universaliza a mensagem e, nesta perspectiva, como afirma Pucci (2008:12); “a moda com certeza é um indicativo da mentalidade da época”, e entendendo-se moda como os elementos de destaque de certa comunidade social, voltamos ao diálogo entre arte, e sociedade, ou melhor, entre cinema, que a partir da imagem revela seu caráter cognitivo e persuasivo frutos do impacto emocional que sugere, e cultura, que apresenta na contemporaneidade com uma tendência cada vez mais transnacional e espetacularizada.

#### BIBLIOGRAFIA:

BOAL, Augusto. **Jogos para Atores e não Atores**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.

CABRERA, Julio. **O Cinema Pensa: Uma Introdução à Filosofia Através dos Filmes**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

CONNOR, Steven. **Cultura Pós-Moderna: Introduções às Teorias do Contemporâneo**. São Paulo: Edições Loyola, 1993.

COSTA, Maria H.B.V. **Imagens e Narrativas da Violência: O Cinema, O Espetáculo e a Perspectiva Pós-Moderna**. In: *Imagens Marginais*. COSTA, Maria H.B.V & MEDEIROS-FREIRE, Bianca (Orgs.) Natal/RN: EDUFRRN – Editora da UFRN, 2006.

CURRAN, James. **Teoria Midiática e Cultural na Era do Liberalismo de Mercado**. In: *Novos Rumos da Cultura da Mídia: Indústrias, Produtos, Audiência*. Filho, João Freire & Herschmann, Micael (Orgs). Rio de Janeiro: MauadX, 2007.

FILHO, João Freire. **Usos [e Abusos] do Conceito de Espetáculo na Teoria Social e na Crítica Cultural**. In: Comunicação, Cultura, Consumo – A [des] Construção do Espetáculo Contemporâneo. FILHO, João Freire & HERSCHMANN, Micael (Orgs). Rio de Janeiro: E-papers, 2005a.

FILHO, João Freire. **Paradoxos da Autenticidade: Gênero, Estilo de Vida e Consumismo nas Revistas Feministas Juvenis**. In: Comunicação, Cultura, Consumo – A [des] Construção do Espetáculo Contemporâneo. FILHO, João Freire & HERSCHMANN, Micael (Orgs). Rio de Janeiro: E-papers, 2005b.

GOIDANICH, Maria Elisabeth. **Mídia, Cidadania e Consumo: Estamos Formando Consumidores ou Cidadãos?**. In: A Formação na Sociedade do Espetáculo. BELLONI, Maria Luiza (Org.) São Paulo: Edições Loyola, 2002.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva & Guaracira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

PUCCI, Renato Luiz. **Cinema Brasileiro Pós-Moderno – O Neon-Realismo**. Porto Alegre: Sulina, 2008.