

# Bourdieu

e os estudos de mídia:  
*campo, trajetória e autoria*

Rodrigo Ribeiro Barreto  
Maria Carmem Jacob de Souza  
(Org.)

campo, mídia  
e autoria  
campo, mídia  
e autoria  
campo, mídia  
e autoria  
campo, mídia  
e autoria



EDUFBA

BOURDIEU E OS ESTUDOS DE MÍDIA  
campo, trajetória e autoria

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

Reitora

*Dora Leal Rosa*

Vice-Reitor

*Luiz Rogério Bastos Leal*



EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

Diretora

*Flávia Goulart Mota Garcia Rosa*

Conselho Editorial

*Alberto Brum Novaes*

*Angelo Szaniecki Perret Serpa*

*Caiuby Alves da Costa*

*Charbel Ninõ El-Hani*

*Cleise Furtado Mendes*

*Dante Eustachio Lucchesi Ramacciotti*

*Evelina de Carvalho Sá Hoisel José*

*Teixeira Cavalcante Filho Maria*

*Vidal de Negreiros Camargo*



BOURDIEU E OS ESTUDOS DE MÍDIA  
campo, trajetória e autoria

*Rodrigo Ribeiro Barreto*  
*Maria Carmem Jacob de Souza*  
*(Organizadores)*

Salvador  
Edufba  
2014

2014, autores.  
Direitos para esta edição cedidos à EDUFBA.  
Feito o depósito legal.

Capa e Projeto Gráfico  
*Adilson Passos*

Revisão  
*Tatiana Almeida Santos*

Normalização  
*Rodrigo França Meirelles*

Ficha Catalográfica: Fábio Andrade Gomes - CRB-5/1513

B769	Bordieu e os estudos de mídia: campo, trajetória e autoria / Organização de Rodrigo Ribeiro Barreto, Maria Carmem Jacob de Souza. – Salvador: Edufba, 2014. 250 p. ; 22 cm.  ISBN: 978-85-232-1141-7  1. Mídia. 2. Comunicação de massa. 3. Cultura. 4. Bourdieu, Pierre, 1930-2002. I. Barreto, Rodrigo Ribeiro. II. Souza, Maria Carmem Jacob de.  CDU: 659.3
------	---

Editora filiada à



EDUFBA  
Rua Barão de Jeremoabos/n, - *Campus* de Ondina  
40170-115, Salvador-BA, Brasil  
Tel/fax.: (71) 3283-6164  
[www.edufba.ufba.br](http://www.edufba.ufba.br) / [edufba@ufba.br](mailto:edufba@ufba.br)

# SUMÁRIO

<b>Apresentação</b>	07
<i>Rodrigo Ribeiro Barreto</i> <i>Maria Carmem Jacob de Souza</i>	
<b>O papel das redes de televisão na construção do lugar do autor nas telenovelas brasileiras: notas metodológicas</b>	13
<i>Maria Carmem Jacob de Souza</i>	
<b>A construção social da autoria nos videoclipes</b>	41
<i>Rodrigo Ribeiro Barreto</i>	
<b>Formação dos subcampos do <i>comics</i> norte americanos</b>	81
<i>João Senna</i>	
<b>Apontamentos sobre a formação do campo da publicidade brasileira</b>	99
<i>Tatiana Guenaga Aneas</i>	
<b>Visibilidade e reconhecimento do cinema das periferias e o campo do audiovisual</b>	117
<i>Daniela Zanetti</i>	
<b>O mistério Marker: gênese de uma obra autoral</b>	141
<i>José Francisco Serafim</i>	
<b>Jean Rouch, ou das particularidades de uma posição autoral construída no espaço “entre campos”</b>	157
<i>Sandra Straccialano Coelho</i>	

<b>Construção de identidade e afirmação no campo: notas para um estudo da trajetória de Lars von Trier</b>	181
<i>Emilia Valente Galvão</i>	
<b>Espaços de possíveis e posições conquistadas: um passeio pelas trajetórias sociais de diretores de fotografia brasileiros</b>	203
<i>Danilo Scaldaferrri</i>	
<b>A boa música: reflexões sobre o valor da música dos filmes</b>	223
<i>Guilherme Maia</i>	
<b>Sobre os autores</b>	249

## APRESENTAÇÃO

No âmbito da investigação acadêmica em comunicação, é cada vez mais amplo o interesse em analisar a também crescente diversificação de produtos massivo-midiáticos. Desse conjunto, vêm solicitando atenção, por exemplo, programas ficcionais de televisão, videocliques, quadrinhos, além da atualmente ampla aceção do termo filme, que inclui curtas e longas-metragens, divididos entre ficções, ensaios, documentários e até mesmo publicitários. Este foco científico sobre tão diferentes organizações expressivas volta-se tanto para seus específicos processos de construção de sentido quanto para o tipo de experiências estéticas programadas nas obras e suscitadas na recepção. Em sua problematização, algumas pesquisas buscam demonstrar os modos como essas instâncias básicas do processo comunicativo – aquela que diz respeito à materialidade dos produtos e aquela relativa ao público consumidor/receptor – estão ambas perpassadas por outra instância fundamental: os peculiares processos e contextos produtivos das obras. Desse modo, o debate, sempre acirrado, fica pautado pela disputa entre perspectivas metodológicas capazes de estabelecer as mais rentáveis interfaces analíticas entre as três instâncias supracitadas.

A proposição e o estabelecimento de metodologias assim transversais deparam-se com a desafiadora constatação de que cada uma dessas instâncias traz em si especificidades associadas a um alto nível de complexidade, estando, além disso, associada a áreas disciplinares bem diferentes. Desse modo, a sociologia da cultura e a economia política da comunicação tendem a se dedicar à instância da produção, já a linguística, a semiótica e a análise do discurso ocupam-se da instância da materialidade dos produtos e meios de comunicação, enquanto a instância da recepção



dessa aprofundada linha de pensamento, resta a confiança das inúmeras possibilidades de torná-la ainda mais extensivamente aplicável.

Justamente nessa seara, apresentam-se os trabalhos constituintes dessa coletânea, que traz resultados de investigações de pesquisadores docentes e discentes da linha “Análise de Produtos e Linguagens da Cultura Midiática” do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Em reflexões voltadas para produtos e dinâmicas específicos de diferentes campos e subcampos de produção cultural, esses analistas partem da abordagem proposta por Bourdieu para definir possibilidades de posição autoral mesmo em se tratando de postos, processos, tomadas de posição e obras da produção massiva. Longe de enfatizar o agenciamento individual de determinados realizadores ou criadores, tal noção de autoria é fundamentada, de forma crítica e inovadora, em um mapeamento derivado de conceitos bourdieusianos como campo, trajetória e *habitus*. Os trabalhos aqui presentes foram gestados no interior de grupos de pesquisa estabelecidos<sup>1</sup> no referido programa de pós-graduação, algo que atende não apenas a um desejado intercâmbio de profissionais de formação multidisciplinar como também sublinha o ambiente de discussão, ajustes e refinamentos, ao qual, esses textos estiveram favoravelmente submetidos.

Nos trabalhos selecionados, o intuito de ampliar a capacidade heurística do “método de ciência das obras” proposto por Pierre Bourdieu tem ainda uma consequência adicional, terminando por reforçar a fragilidade da divisão entre análises contextuais e análises textuais de produtos comunicacionais. Tal dilema entre texto e contexto não parece suficientemente relativizado ou mesmo contestado em várias vertentes teóricas do campo da comunicação. Com trabalhos que fazem isso, essa coletânea tem o propósito de expandir e renovar o aporte teórico e metodológico da perspectiva bourdieusiana para compreender os meandros e a complexidade dos fenômenos comunicacionais.

Duas linhas de consideração orientaram a disposição dos textos nessa coletânea. Parte-se, inicialmente, de reflexões voltadas para uma

---

1 Grupo de análise fílmica Pepa, grupo de análise do documentário Nanook e grupo de análise da ficção televisiva A-Tevé.

tem a atenção da filosofia estética, da psicologia social e da antropologia. Além dessa breve divisão por âmbitos do conhecimento, sabe-se ainda que, mais singularmente, a ênfase em cada um desses aspectos do processo comunicativo não apenas varia temporalmente, como é regida também por disputas e concorrências geográficas e mesmo institucionais.

Em um afã semelhante ao das perspectivas inter ou transdisciplinares, o exame relacional do processo comunicativo mostra-se um percurso instigante para os pesquisadores. Ao requisito básico de reconhecer, a qualquer momento, eventuais limitações, acrescenta-se o exercício de humildade acadêmica por parte do analista para buscar suprir tais faltas em territórios que – mesmo ocasionalmente próximos – não foram devidamente explorados em sua própria formação. Sendo assim, a proposta e a aplicação metodológicas tornam-se o espaço de uma formação que, em seu modo contínuo e expansivo, orientam o pesquisador a não relevar a importância e a incidência de cada uma das instâncias tratadas.

8 |

Essa inclinação para atravessar e associar áreas disciplinares reconhecidamente densas e complexas é reconhecível em pesquisadores que incorporam o arrazoado de Pierre Bourdieu. A aproximação crítica com as teorias e métodos de análise propostos espriadamente pelo sociólogo francês constitui, em si mesma, uma jornada de fôlego, a qual solicita sucessivas leituras da vasta bibliografia do autor, de seus comentadores e daqueles pesquisadores já fazendo uso de tal arcabouço teórico como ferramenta de análise de seus materiais e produtos específicos. Ela exige ainda uma predisposição para a invenção no que diz respeito a colocar em operação conceitos, que, a princípio, foram orquestrados para lidar com obras, agentes, instituições e campos com um elevado grau de autonomia.

O rendimento da contribuição bourdieusiana para fenômenos comunicativos midiáticos e produtos da cultura massiva passa, portanto, pela habilidade do pesquisador proponente de selecionar e aplicar conceitos, assim como pela sua capacidade de identificar as homologias estruturais entre contextos produtivos distintos. Há ainda que se ter em vista que, por conta de sua morte, parte da argumentação de Bourdieu não alcançou o tratamento final que o próprio autor pretendia ter atingido, a exemplo da noção de campo do poder e outros conceitos ligados à sua não finalizada teoria dos campos. No entanto, antes de apontar eventuais limitações

prévia definição da arquitetura de campos específicos de produção de obras massivas, um passo encarado como necessário para se analisar posições autorais, sistemas de julgamento e definição de valor próprios a cada campo, além de relações de interseção e reflexividade com relação a campos e subcampos contíguos. Nesse sentido, têm-se aqui artigos problematizando as bases de construção da noção de campo no contexto de criação e produção de telenovelas, de diferentes vertentes do cinema de ficção e documentário, de videoclipes, de filmes publicitários e de histórias em quadrinhos/*comics*. Adicionalmente, coloca-se em operação a análise da trajetória de realizadores-autores de cada um destes campos, buscando assim apresentar um viés metodológico que afirma como auspiciosa para a análise acadêmico-científica a noção de autoria/valor do autor como construção contexto-textual.

10

Desse modo, no apanhado de artigos aqui apresentados, o lugar do autor é demonstrado em campos os mais diferenciados e inusitados, inclusive naqueles em que considerações rápidas e superficiais não o veriam como uma possibilidade. O contexto produtivo de teleficção é explorado por Maria Carmem Jacob de Souza para compreender o papel das empresas produtoras na consolidação de um grau de autonomia capaz de viabilizar e sustentar o lugar do autor roteirista nas telenovelas brasileiras. Rodrigo Ribeiro Barreto, em seguida, expõe o conceito de campo de produção do videoclipe com o objetivo de examinar a importância da parceria autoral entre as instâncias diretiva e performática dessas obras no decorrer do processo de autonomização do contexto anglo-estadunidense. O texto de João Senna, por sua vez, trata do caráter exemplar da trajetória social de Alan Moore como forma de traçar um panorama da produção de *comics* estadunidenses e, finalmente, enunciar a formação progressiva de um subcampo marcadamente autoral nesse contexto. Em dois outros trabalhos, fica demonstrado como questões de reconhecimento e visibilidade podem pautar discussões de campos francamente distantes no espectro econômico. O foco de Tatiana Aneas sobre a produção publicitária brasileira e o de Daniela Zanetti sobre o cinema de periferias do mesmo país sublinham, em seus modos particulares, a concomitância entre a consagração de certas obras, a emergência de alguns realizadores e

a valorização de determinadas tendências criativas no desenrolar histórico de diferentes campos de produção cultural.

Ao se continuar a sequência de trabalhos – imaginando-a como uma forma dialógica –, nota-se como enfoques mais próximos a alguns realizadores específicos acabam por desembocar, de maneira algo circular, em tópicos gradualmente mais amplos como posições entre campos e interveniência entre valores de distintos campos de produção cultural. A abordagem de José Francisco Serafim recupera, por exemplo, os modos como tomadas de posição ligadas ao polo restrito da produção fílmica contribuíram para assegurar a posição francamente autônoma ocupada pelo realizador Chris Marker. Já Sandra Straccialano Coelho vê, na atuação de Jean Rouch como documentarista e antropólogo, uma posição que problematiza e, de certo modo, expande tanto o campo da realização quanto o acadêmico. Questões relativas ao agenciamento individual são ainda confrontadas por Emília Valente Galvão ao perceber que, ao se autoconstruir como autor, o cineasta Lars von Trier apoia tal *persona* em posições e disposições constituídas previamente no campo e ocupadas por cineastas antecessores. Agentes dedicados a uma mesma função técnico-expressiva em um campo estão assim enredados em relações de suporte, de influência e/ou concorrenciais com os seus pares. Isso reaparece na descrição de Danilo Scaldaferrri dos aspectos estilísticos de diretores de fotografia do audiovisual brasileiro, profissionais também divididos neste texto com base em seu tempo de atuação e nos tipos de reconhecimento recebidos. Voltando a uma reflexão mais ampla sobre a noção de campo, a coletânea encerra-se com Guilherme Maia a discutir como – no caso da análise das trilhas sonoras para filmes – o campo acadêmico-científico utiliza requisitos de avaliação e legitimação eventualmente incongruentes com o próprio sistema de valores do campo musical, do qual se origina o produto em questão.

Fica evidenciado, portanto, o caráter experimental e de análise aplicada, que é seriamente convocado pelos artigos reunidos nesse livro e por suas pesquisas de origem. Ao trazerem suas contribuições específicas, esses pesquisadores inscrevem-se no firme propósito de explorar conceitos e chaves profícuas de análise do universo teórico-metodológico de Pierre Bourdieu. A expectativa de todos os envolvidos na coletânea é a de que a

leitura estimule futuras interlocuções a respeito dessa herança teórica, além de incitar experiências originais de reinvenção de conceitos e enfrentamento desses fenômenos socioculturais tão diversificados quanto complexos.

*Rodrigo Ribeiro Barreto e  
Maria Carmem Jacob de Souza  
(Organizadores)*

# O PAPEL DAS REDES DE TELEVISÃO NA CONSTRUÇÃO DO LUGAR DO AUTOR NAS TELENVELAS BRASILEIRAS: *NOTAS METODOLÓGICAS*

*Maria Carmem Jacob de Souza*

13

## INTRODUÇÃO

Difícil deixar de perceber que, hoje, ao assistirmos as telenovelas brasileiras, pela televisão, pelo computador, *tablet* ou, até mesmo, celular, estejamos informados que alguém escreveu aquela estória.<sup>1</sup> Escritor, chamado de autor, dotado na perspectiva do telespectador de feições, estatura e estilo, pois foi sendo apresentado por jornais, revistas e programas de televisão, de diversas maneiras. Antes da estréia das telenovelas, cerca de um mês antes, dissemina-se informações sobre o escritor autor – notas biográficas, preferências pessoais, modos particulares de contar estórias.

Os telespectadores já estão, portanto, acostumados a um sistema de divulgação e preparação para a próxima novela, instituído há mais de quatro décadas, onde a figura do escritor autor é salientada. Certos autores surgem com regularidade, como se esperassem a vez de contar a sua estória. Os novatos são apresentados como tais, ressaltando as suas características, ao mesmo tempo, em que salienta-se o que melhor se pode esperar do poder de encantamento de suas estórias.

---

1 Para efeito deste artigo o termo estória será usado para tratar das narrativas que são fruto da imaginação de seus criadores.

Os escritores autores estarão associados às redes de televisão onde trabalham ou por onde passaram. Tem-se, assim, as suas marcas associadas às empresas que os convocam. Desde os primeiros momentos da história das telenovelas os atores e atrizes mais conhecidos já cumpriam essa função de estimular o interesse e a vontade de acompanhar aquelas histórias. A figura do escritor se associava aos atores e, com o passar do tempo, foi ficando cada vez mais associada à figura do diretor, que agora se agrega à ideia da equipe criadora responsável pelo deleite esperado pela audiência.

O lugar dos criadores das telenovelas e das empresas produtoras é, pois, um elemento que impregna o imaginário do telespectador na experiência da recepção. Chama a atenção o fato dos críticos, principalmente, os estudiosos dos campos científicos, tenderem a lidar com esta situação como um dado incontestável. Mais do que isso: tenderem a reforçar esse lugar da criação autoral imaginada sem perguntarem como ela tem sido construída e qual o papel que nós, pesquisadores, temos tido na sedimentação deste ideário criador.

Estas questões têm sido objeto de interesse, há mais de uma década, de pesquisas sobre a autoria nas telenovelas brasileiras.<sup>2</sup> Ao fazer o balanço dos resultados alcançados, observa-se o reforço do ideário e, por que não dizer, da ideologia criadora dos autores roteiristas, confirmando que o lugar da marca autoral associada ao ato da criação tem sido uma estratégia de reconhecimento dos autores, dos produtos e dos espectadores. Mais do que isso, foi-se verificando que, na construção social desta imagem do autor, as redes de televisão são agentes centrais, com o poder de definir e legitimar os lugares do autor.

Nesse contexto, cresceu a admiração pelo processo de criação dos autores de telenovelas, o que redundou em estudos mais minuciosos sobre a natureza dessa experiência criativa que envolve uma complexa rede de especialistas que precisam lutar pela ampliação do poder de decidir o rumo de suas histórias. O acento dado aos processos de criação gerou uma reflexão frutífera sobre os discursos e as práticas que salientam os elementos

2 Investigações realizadas pelo Grupo de Pesquisa Análise da teleficção A-tevê no Programa de pós-graduação em Comunicação e Culturas da Universidade Federal da Bahia (UFBA), com apoio da Capes e do CNPq. Consultar [www.ateve.com.br](http://www.ateve.com.br)

que avaliam e julgam positivamente as telenovelas. Movimento este que compartilha das preocupações com os critérios de qualidade dos produtos massivos. Gerou, ainda, metodologias de análise do processo criativo dos autores a partir do exame das estratégias textuais das telenovelas.

Foi nesta perspectiva que as pesquisas do Laboratório de Análise da Teleficação (A-tevê) foram conduzidas, segundo os objetivos da Linha de Pesquisa Análise da Linguagem e dos Produtos da Cultura Mediática<sup>3</sup> e do método de análise da poética do audiovisual desenvolvido pelo Grupo de Análise Fílmica. Desde então, tem feito parte da vida do A-tevê a árdua inserção em mundos disciplinares complexos, como a semiótica textual, a narratologia e a poética do audiovisual, para desenvolver o método de análise das marcas autorais tecidas nas estratégias de composição dos programas de efeitos que deveriam ser executados pela audiência das telenovelas.

Essa jornada de estudos foi enriquecida com a permanente comparação com os métodos e resultados de investigações que exploravam outras experiências de criação autoral, como no romance, no filme ficcional de longa metragem para cinema e televisão, no videoclipe, e em outras séries ficcionais televisivas brasileiras e estadunidenses.<sup>4</sup>

Todavia, observa-se que os aspectos biográficos e subjetivos da figura do autor foram, excessivamente, realçados. Não obstante o cuidado com a crítica da perspectiva da autoria, permanece a impressão que ainda vigora o encantamento pelo autor autônomo e inovador, mesmo em situações onde o grau de autonomia era pequeno, como é o caso das telenovelas.

3 Linha de Pesquisa criada em 2001 no Programa de pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA) para desenvolver metodologias de análise de textos, discursos e experiências de recepção. Consultar <[www.poscom.ufba.br](http://www.poscom.ufba.br)>

4 Destaco os autores mais presentes: Marlyse Meyer, Beatriz Sarlo, Sílvia Borelli, Roland Bourneuf, Real Ouellet, Ian Watt, Antoine Compagnon, Jacques Aumont, David Bordwell, Jean-Claude Bernardet, Horace Newcomb, Jason Mittell, Arlindo Machado, Umberto Eco. Pesquisas realizadas pelos integrantes do Grupo de Análise da Poética Audiovisual (POSCOM/UFBA) têm sido referência, em especial os trabalhos de Ludmila Carvalho sobre Wong Kar Wai e Rodrigo Barreto sobre autoria no Videoclipe. No Grupo de Análise de Teleficação merece atenção os estudos de Danilo Scaldaferrí sobre a série *Cidade dos Homens*, Kyldes Vicente sobre a minissérie *Os Maias*, Thaiane Machado sobre *Desperate Housewives*, Rodrigo Lessa sobre *True Blood*, João Araujo sobre *Game of Thrones*, Amanda Aouad sobre a telenovela *A Força do Desejo* (de Gilberto Braga) e Larissa Ribeiro sobre *Senhora do Destino* (de Aguinaldo Silva). consultar [atev.wordpress.com](http://atev.wordpress.com)



Por em juízo esta percepção significa retomar desafiantes interfaces, conexões e mediações entre as abordagens que examinam as marcas autorais nos textos das telenovelas e aquelas que examinam as condições de produção e criação dos autores e suas obras. Nesta fase de vistorias, volta-se para um dos autores que norteiam as bases dos estudos sobre a construção social da autoria, Pierre Bourdieu. Há tempos os conceitos de tradição dos estudos do sociólogo francês têm sido cultivados para examinar a construção social da condição de autor no campo das telenovelas brasileiras. Tem-se a clareza de ser preciso rever a pertinência dos caminhos traçados, pois são conceitos complexos, ancorados em vasta literatura produzida por Bourdieu, colaboradores e comentaristas.<sup>5</sup>

Neste artigo, apresenta-se um balanço da trilha analítica escolhida. O que se mostrou mais urgente nessa ocasião foi expor uma revisão da apropriação dos conceitos centrais que colaboram para a compreensão do papel das redes de televisão na consolidação do grau de autonomia que sustenta o lugar do autor roteirista das telenovelas brasileiras.

16 |

## PONTO DE PARTIDA

Uma década depois de publicado na França pela editora Seuil, o livro *As regras da Arte* (1992) permanece como leitura obrigatória para aqueles que pretendem investigar problemas candentes sobre a autoria das obras culturais (artística, científica etc.). A leitura e a constante releitura do livro mostram uma condução da análise sociológica que se dispõe a enfrentar o desafio de tratar da questão da autoria associando duas vertentes: a que a examina a partir das condições de produção, criação e recepção das obras culturais e a que a examina segundo a experiência estética suscitada pelas obras.

Em várias ocasiões, Bourdieu refletiu sobre os entraves da criação artística e cultural e referiu-se às interferências e ao controle que se pode ter sobre o sistema de produção que coíbe ou diminui o poder mais

5 Merece menção os comentários críticos de Bernard Lahire, Roger Chartier, Sergio Miceli, Renato Ortiz, José Mário Ramos, Nick Couldry, Charles Taylor, Craig Calhoun, Loïc D. Wacquant, David Hesmondhalgh.

autônomo de decisão sobre a condução dos produtos ou obras culturais segundo a “necessidade intrínseca” que a feitura dela implica.

A tese que desenvolveu remete à questão salientada neste artigo: como compreender a situação atual dos meios de comunicação massivos, as implicações deste contexto de produção, distribuição e consumo nos graus de autonomia do processo de criação de obras culturais como as telenovelas?

Segundo Bourdieu (2005, p. 375), à “[...] pior ameaça para a autonomia da produção cultural” é aquela que decorre do “domínio ou do império da economia sobre a pesquisa artística ou científica”, traduzida pela diluição da fronteira entre um produto artístico e científico regido pela lógica específica do campo e um produto regido pela lógica econômica e política. Neste caso, como manter a capacidade de compreender a diferença e os pontos comuns entre a obra de pesquisa e o *best-seller* ou entre um romance voltado para experimentações de linguagem e um romance escrito segundo estratégias que facilitem a venda?

Apesar do tom próximo das posições apocalípticas, Bourdieu (2005, p. 375) convoca o leitor para o exame “[...] das novas formas de dominação e de dependência” que os produtores culturais estariam vivendo e que estariam se tornando uma das piores ameaças “para a autonomia da produção cultural”. (BOURDIEU, 2005, p. 377)

É claro que em *As Regras da Arte* Bourdieu não incentiva o pesquisador a examinar de que modo a questão da autonomia reverbera nos campos específicos dos produtores culturais midiáticos. Não obstante ter evitado esforços para analisar produtos massivos, os fundamentos para uma ciência das obras proposto por ele têm sido frutíferos e estimulantes para as investigações de produtos elaborados, distribuídos e consumidos segundo o primado do “mundo do dinheiro” (BOURDIEU, 2005, p. 375), principalmente, quando se associa com os estudos que buscam lidar com os limites da perspectiva manipulatória e os limites da perspectiva informacional que desconsideram os elementos do processo comunicativo que operam na formulação e na compreensão dos produtos mediáticos.

A tese defendida por Mauro Wolf em *A investigação da comunicação de massas: crítica e perspectivas* ilustra bem essa preocupação. Wolf considera que os estudos sobre os meios de comunicação de massas do final

dos anos 1980 apresentavam uma tendência muito profícua. Aquela que buscava “[...] pontos de integração, correspondência, tradução e assimilação” (WOLF, 1994, p. 144) entre a perspectiva sociológica e a perspectiva comunicativa oferecida pela semiótica textual.

Um ponto central do argumento de Wolf repousa sobre a defesa da semiótica textual como paradigma comunicativo capaz de dialogar com as perspectivas sociológicas para

[...] determinar [tanto] a forma em que um dado estrutural dos aparatos dos media se transforma em mecanismo comunicativo quanto a forma em que esta mediação incide sobre os processos de interpretação, de aquisição de conhecimento e sobre tantos outros efeitos próprios e exclusivos dos mass media. (WOLF, 1994, p. 145)

18

Tal tese de Wolf conflui com uma das questões centrais de Bourdieu expostas em *As Regras da Arte*. Lembra-se aqui as bases do argumento que balizam a necessidade de cunhar o termo campo de produção como “espaço de relações objetivas”. A noção foi criada “para designar uma postura teórica, geradora de escolhas metódicas” que pretendiam “escapar à alternativa da interpretação interna e da explicação externa da qual se achavam colocadas todas as ciências das obras culturais, história social, sociologia da arte ou da literatura [...]”. (BOURDIEU, 2005, p. 207)<sup>6</sup> O intuito era superar a tendência de se conformar nessas áreas de estudo “pares de oposição [...] antinomias insuperáveis que acabavam aprisionando os pesquisadores em uma série de falsos dilemas”. (BOURDIEU, 2005, p. 220)<sup>7</sup>

A noção de campo foi cunhada para superar esta antinomia. O intuito era o de não “perder nada das aquisições e das exigências” postas pelas abordagens que se dispuseram à leitura interna e à análise externa das obras culturais. (BOURDIEU, 2005, p. 234) De um modo geral, a superação dessa oposição decorreria de um método de análise que contemplasse a

6 Para Bourdieu isso seria possível, pois a noção de campo destacava a “existência dos microcosmos sociais, espaços separados e autônomos nos quais essas obras se engendram” (2005, p. 207).

7 Refere-se àqueles que se opõem “às leituras internas (no sentido de Saussure falando de ‘linguística interna’), ou seja, formais ou formalistas, e às leituras externas, que fazem apelo a princípios explicativos e interpretativos exteriores à própria obra, como os fatores econômicos e sociais”. (BOURDIEU, 2005, p. 220)

“[...] existência dos microcosmos sociais, espaços separados e autônomos nos quais essas obras se engendram” (BOURDIEU, 2005, p. 207) e as escolhas dos envolvidos na criação e na elaboração desses produtos ou obras. Escolhas ou tomadas de posição dos produtores que geram ações que podem ser observadas e analisadas nos textos que estrategicamente compõem as obras literárias, científicas, mediáticas etc.

Para discriminar estas obras e compará-las com outras, Bourdieu introduziu o conceito de “espaço das obras”. Ele esclarece a importância dessa noção ao observar:

A percepção exigida pela obra produzida na lógica do campo é uma percepção *diferencial*, distintiva, comprometendo na percepção de cada obra singular o espaço das obras possíveis, logo, atenta e sensível às *variações* com relação a outras obras, contemporâneas e também passadas. (BOURDIEU, 2005, p. 280)

19

Esse conceito remete o analista para estudos comparativos das estratégias textuais e das convenções dos gêneros que caracterizam historicamente o universo particular das obras já produzidas, que levem em consideração os critérios de legitimação e valor das obras e das tomadas de posição, das escolhas dos agentes que atuam numa “rede de relações objetivas entre posições”, ou seja, em campos específicos de produção destas obras.

Tem-se, aqui, a premissa central desta perspectiva de análise. As escolhas ou as tomadas de posição observadas tendem a ser orientadas pelo espaço das posições, ou seja, pelas relações de poder, tensão, disputas, parcerias que existem entre agentes e instituições envolvidos na elaboração das obras investigadas. Bourdieu (2005, p. 264) defende que

[...] a ciência das obras de arte [e de obras culturais em geral] tem então por objeto próprio a *relação entre duas estruturas*, a estrutura das relações objetivas entre as posições no campo de produção (e entre os produtores que as ocupam) e a estrutura das relações objetivas entre as tomadas de posição no espaço das obras.

Bourdieu (2005, p. 234) explicita que a superação do falso dilema depende do pressuposto chave do método que concebe o “[...] espaço das

obras a cada momento [histórico] como um campo de tomadas de posição que só podem ser compreendidas relacionalmente enquanto sistemas de variações diferenciais”. Esta premissa, para se tornar inteligível e operacional, requer que se traga à baila a hipótese que a alicerça: a existência de uma “[...] homologia entre o espaço das obras definidas em seu conteúdo propriamente simbólico e, em particular, em sua forma”, e o espaço das posições no campo de produção [ocupados pelos envolvidos na feitura das obras], (BOURDIEU, 2005, p. 234) ambos ancorados no conceito de espaço de possíveis.

Bourdieu (2005, p. 265) afirma:

[...] a relação entre as posições e as tomadas de posição não tem nada de uma relação de determinação mecânica. Entre umas e outras se interpõe, de alguma maneira, o espaço dos possíveis, ou seja, o espaço das tomadas de posição realmente efetuadas tal como ela aparece quando é percebido através das categorias de percepção constitutivas de certo *habitus*, isto é, como um espaço orientado e preenchido de tomadas de posição que aí se anunciam como potencialidades objetivas, coisas ‘a fazer’, ‘movimentos a lançar’ [...] tomadas de posição estabelecidas a ‘superar’ etc.

Essa breve exposição das linhas centrais da ciência das obras inspirada na abordagem bourdieusiana já mostra como o analista que dela compartilha estará imerso em estudos que exigem o conhecimento da sócio-lógica dos sistemas de relações entre as posições de agentes, grupos e instituições que participam da produção e da criação das obras que se dispôs a investigar. O espaço social a ser desvendado é o das condições de produção e das posições que cada um deles ocupa, do ponto de vista subjetivo, simbólico, social, político e econômico.

É a partir da compreensão dessas posições que se examina as tomadas de posição (as escolhas) de cada um dos envolvidos enquanto fruto das disposições adquiridas e incorporadas (*habitus*). Assim, nos sistemas de produção e criação, e nos sistemas de recepção e consumo, o que é examinado são as escolhas que os agentes fizeram segundo o espaço de possibilidades existentes. Por isso, Bourdieu (2005, p. 234) aposta que “[...] muitas das escolhas têm dois alvos e são, a um só tempo, estéticas e políticas, internas e externas”.

Portanto, o espaço dos possíveis é um rico parâmetro das mediações que operam nas decisões dos produtores das obras, estando ou não em uma ambiência mediática. Isto posto, vale ressaltar que:

[...] é com a condição de levar em conta a lógica específica do campo como espaço de posições e de tomadas de posição atuais e potenciais (espaço dos possíveis ou problemática) que se pode compreender adequadamente a forma que as forças externas podem tomar, ao termo de sua retradução segundo essa lógica, quer se trate das determinações sociais que operam através dos habitus dos produtores que elas moldaram de maneira duradoura, quer daquelas que se exercem sobre o campo no momento mesmo da produção da obra, como uma crise econômica, ou um movimento de expansão. (BOURDIEU, 2005, p. 262)

A leitura da abordagem promovida por Bourdieu, explicitada com detalhes em *As Regras da Arte*, estimula a capacidade interpretativa do pesquisador, deixando-o próximo das trilhas daqueles que encararam o desafio de superar os falsos dilemas na análise de obras culturais mediáticas.<sup>8</sup> Logo, o pesquisador que compartilha desta preocupação estará lidando com, no mínimo, duas frentes simultâneas de trabalho. Por um lado, aquela que opera por via das vertentes teórico-metodológicas que compreendem o “conteúdo e a forma” dos produtos culturais. Por outro, aquela que opera por via das vertentes que compreendem a esfera da produção (recepção e consumo), dando destaque para os principais envolvidos, aqueles que atuam direta e indiretamente na elaboração desses produtos.

## O ENCONTRO NECESSÁRIO

O desejo de colocar em operação o método da ciência das obras para investigar a autoria nas telenovelas brasileiras se realiza a partir dos estudos seminais sobre telenovelas realizados por Martín-Barbero em meados dos anos 1980. Ele examina as telenovelas colombianas segundo um Projeto de Estudos de longo prazo que prevê o conhecimento das lógicas que configuram as instâncias da produção e as instâncias da apropriação

8 As trilhas teóricas de Mauro Wolf, Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini, Stuart Hall e muitos outros.

articuladas pelos “relatos”, ou seja, pela instância desta obra cultural, pelos modos dela contar estórias.

A ideia de Projeto de Estudos denota a complexidade da articulação destas três instâncias que supõe o conhecimento das dimensões específicas e complexas de cada uma delas. A instância da produção se refere “às etapas de conformação e produção das telenovelas” que envolvem desde o “contexto econômico da produção e da distribuição” até as “dinâmicas institucionais e profissionais que regulam o funcionamento do campo cultural”. A instância da apropriação conduz a atenção para os “usos sociais e formas de ver dos grupos culturais que assistem e consomem as telenovelas”, preocupando-se com os hábitos de classe dos telespectadores, as rotinas de consumo das telenovelas e as disposições ou competências culturais que estão presentes na experiência estética da recepção. A instância da obra diz respeito à “composição textual da telenovela” que pressupõe os “[...] gêneros televisivos como mediadores da lógica dos formatos e dos dispositivos de reconhecimento; o discurso como espaço da dramatização da experiência vivida do cotidiano e o melodrama como lugar da ativação das matrizes culturais populares”. (MARTÍN-BARBERO, 1987, p. 50)

O artigo “La telenovela em Colombia”, publicado na revista *Diálogos de la Comunicación*, em 1987, explorou com detalhes o protocolo metodológico<sup>9</sup> deste Projeto de Estudos que influenciou vigorosamente as pesquisas conduzidas sobre autoria nas telenovelas. A ênfase, nesses casos, tem estado sobre os profissionais que atuam na realização das telenovelas, em especial, aqueles reconhecidos como autores em redes de televisão gestoras de marcas autorais, razão pela qual recupera-se o detalhamento do protocolo onde Martín-Barbero indica os eixos centrais de análise da instância da produção ou da “indústria televisiva, sua estrutura e sua dinâmica de produção”.

No enfoque dado à instância produtiva, Martín-Barbero (1987, p. 49-50). apontou quatro níveis de fenômenos a serem observados de forma articulada: 1) as regras de funcionamento e os níveis de decisão das empresas produtoras de telenovelas; 2) as ideologias profissionais e

9 Protocolo abordado depois no livro *Televisión y Melodrama*, organizado por Jesús Martín Barbero e Sonia Muñoz, publicado pela Tercer Mundo, Colômbia, em 1992, resultado da pesquisa realizada na Universidade de Vale, de 1986 a 1988.

as rotinas de produção; 3) a competitividade industrial e a capacidade comunicativa das empresas; 4) as estratégias de comercialização das telenovelas

As sugestões de operacionalização de cada um destes eixos que contemplasse suas especificidades e suas interfaces foram distribuídas em seis momentos. Depois da leitura de cada um deles fica evidente a presença de duas grandes áreas que se alimentam mutuamente. A primeira delas está vinculada à atuação das empresas, ou seja, aos profissionais e às atividades destinadas a fomentar a competitividade industrial, a competência comunicativa e as estratégias de comercialização.<sup>10</sup>

A segunda área está vinculada à elaboração do produto telenovela, em especial, aos três itens que Martín-Barbero (1987, p. 54-55) chamou de: 1) “[...] níveis e fases de decisão da produção da telenovela”; 2) “[...] ideologias profissionais que traduzem as tensões entre as exigências do sistema produtivo e a criatividade dos produtores: diretores, roteiristas etc.” e 3) “[...] as rotinas produtivas ou a serialidade pensada a partir dos hábitos de trabalho e das experimentações”.

Naquela época, os resultados de pesquisa de Renato Ortiz, José Mário Ramos e Sílvia Borelli, publicados em *Telenovela, História e Produção* (1989),<sup>11</sup> também expõem estes três aspectos – ideologias profissionais, processo de decisão na produção e criação da teledramaturgia no Brasil e das telenovelas, em particular, e são, até hoje, fonte de dados e estímulo para novos estudos sobre esses temas. Armand e Michele Mattelart também se tornaram referência obrigatória e estimulante para esta área de estudos com o livro *Carnaval das Imagens* (1989), dando destaque às ações também dos profissionais envolvidos na criação das telenovelas brasileiras dos anos 1970 e 1980. Maria Rita Kehl,<sup>12</sup> com artigos escritos

10 Segundo Martín-Barbero, a competitividade industrial sinaliza o grau de desenvolvimento tecnológico, a capacidade de risco e o grau de diversificação e especialização profissional. A competência comunicativa evidencia os modos do público reconhecer, ler, compreender os produtos e os modos das empresas medirem e avaliarem as audiências. As estratégias de comercialização dizem respeito tanto ao sistema de distribuição e de venda dos produtos quanto as implicações deste sistema na “estrutura do formato”.

11 Publicação devedora dos estudos de José Mário Ramos sobre o cinema no Brasil em *Cinema, Estado e Lutas Culturais* (editora Paz e Terra, 1983) e dos estudos de Renato Ortiz sobre a indústria cultural no Brasil, em *A Moderna Tradição Brasileira* (Editora Brasiliense, 1988).

12 Em 1980, Kehl publica “As novelas novelinhas e novelões: mil e uma noites para as multidões” no livro *Anos 70: televisão*, organizado por Elisabeth Carvalho e outros (Rio de Janeiro, Europa). Em 1986, a



sobre o assunto, compõe, por fim, as fontes de referência imprescindíveis disponíveis nos anos 1980.

Nas pesquisas realizadas no A-tevé, até o momento, o exercício de colocar em operação as hipóteses centrais que orientam o método de ciência das obras de Bourdieu, acabou privilegiando a segunda área – a gestão específica do produto telenovela – para a qual o conceito de campo de produção da telenovela foi cunhado.

Os resultados atuais alcançados mostraram a necessidade de aprofundar a primeira área assinalada por Martín-Barbero e explorada por Ortiz, Ramos e Borelli – a atuação das empresas produtoras de telenovelas – ou seja, o campo das produtoras de telenovelas, dando destaque à atuação das redes de televisão. Isto porque, de algum modo, ao privilegiar as lógicas específicas que envolvem a experiência autoral da formulação das estratégias que compõem textualmente as telenovelas, foi-se obscurecendo de certo modo a subordinação do campo da telenovela ao contexto mais geral que o envolve.

A análise da construção social do autor de telenovelas segundo a compreensão da atuação das empresas produtoras segue, assim, as hipóteses tecidas por Martín-Barbero e dos demais autores indicados, indo ao encontro com as proposições de Bourdieu que tratam da autonomização dos campos, dos graus de autonomia que os agentes e as instituições detêm nos campos sociais. A preocupação com a autonomização dos campos articula-se com as bases da ainda incipiente e promissora noção de campo do poder:

O campo do poder é o espaço das relações de força entre agentes que têm em comum possuir o capital necessário para ocupar posições dominantes nos diferentes campos (econômico ou cultural, especialmente). Ele é o lugar de lutas entre detentores de poderes (ou espécies de capital) diferentes que, como as lutas simbólicas entre os artistas e os ‘burgueses’ do século XIX, têm por aposta a transformação ou a conservação do valor relativo das diferentes espécies de capital que determina, ele próprio, a cada momento, as forças suscetíveis de serem lançadas nessas lutas. (BOURDIEU, 2005, p. 244)

---

autora publica “Três ensaios sobre a telenovela”, no livro organizado por Alcir Costa e Inimá Simões, *Um país no ar: história da TV brasileira em três canais* (Brasiliense e Funarte, São Paulo e Rio de Janeiro).

O campo do poder não se confunde com o campo político, tendo sido cunhado para dar conta dos “efeitos estruturais” presentes em campos particulares, vistos como tal porque dizem respeito à posição do campo analisado no espaço social mais amplo. É um conceito que objetiva evitar a compreensão das relações de dominação presentes num campo particular a partir apenas das práticas, representações e posições de indivíduos e grupos do campo específico, objeto da análise. Estabelece, assim, o cuidado analítico com a constituição do poder que cada um deles tem para “interferir na transformação ou na conservação” das leis específicas de cada campo, ou seja, de interferir nas disputas pelos graus de autonomia que estão em jogo nestes campos.

O grau de autonomia de um campo de produção cultural revela-se no grau em que o princípio da hierarquização externa aí está subordinado ao princípio da hierarquização interna: quanto maior é a autonomia, mais a relação de forças simbólicas é favorável aos produtores mais independentes da demanda e mais o corte tende a acentuar-se entre os dois polos do campo, isto é, entre o subcampo de produção restrita, onde os produtores, que são também seus concorrentes diretos, e o subcampo de grande produção, que se encontra simbolicamente excluído e desacreditado. [...] Segundo o princípio da hierarquização externa, que está em vigor nas regiões temporalmente dominantes no campo do poder (e também no campo econômico), ou seja, segundo o critério do êxito temporal medido por índices de sucesso comercial (tais como a tiragem de livros, o número de representações das peças de teatro etc.) ou de notoriedade social (como as condecorações, os cargos etc.), a primazia cabe aos artistas (etc.) conhecidos e reconhecidos pelo “grande público”. O princípio de hierarquização interna, isto é, o grau de consagração específica, favorece os artistas (etc.) conhecidos e reconhecidos pelos seus pares e unicamente por eles (pelo menos na fase inicial de seu trabalho) e que devem, pelo menos negativamente, seu prestígio ao fato de não concederem nada à demanda do “grande público”. (BOURDIEU, 2005, p. 246)

O que essa afirmação inspira é o exame das experiências em curso nas áreas culturais que são sensíveis aos polos dominantes do espaço social, como é o caso das empresas que constituem os conglomerados da comunicação, para verificar como, na esfera específica de cada empresa

e de cada setor, se responde à natureza das pressões externas e internas que compõem a existência paradoxal das tensões entre princípios que são frutos da hierarquização externa, das exigências de êxito comercial, por exemplo, com princípios que buscam sustentar suas decisões e práticas a partir de princípios que são frutos da hierarquização interna, ou seja, que defendem critérios de qualidade que não se atêm ao sucesso comercial, mas a perspectivas de qualidade técnicas específicas.

O que essa operação analítica incita na análise da importância do papel da gestão empresarial na questão da autoria nas telenovelas? Uma reflexão sobre o modo como se manifesta a tensão entre uma lógica econômica e uma lógica estética que se baseia num critério de apreciação mais autêntico e “puro” das obras e autores nas relações entre os profissionais envolvidos na elaboração das telenovelas e as instituições responsáveis pela produção e difusão das telenovelas. Uma reflexão sobre como atuam nestes campos aqueles que reúnem “[...] disposições econômicas que, em certos setores do campo, são totalmente estranhas aos produtores, e disposições intelectuais próximas das dos produtores, dos quais podem explorar o trabalho apenas na medida em que sabem apreciá-lo e valorizá-lo”. (BOURDIEU, 2005, p. 245)

Nas mediações entre os campos de produção dos programas e o campo das redes de televisão eles se destacam, pois conseguem atuar na intersecção da lógica econômica empresarial e da lógica criativa própria do programa. Entram em cena aqui, os profissionais dessa área, como José Bonifácio Sobrinho, Walter Clark, Cassiano Gabus Mendes, Daniel Filho e tantos outros.

A perspectiva analítica que o conceito de campo do poder opera reforça os estudos que se dedicam a pensar na atuação dos gestores que têm o poder de interferir na dinâmica de funcionamento destes campos – o da produção das obras e o das empresas produtoras. Eles mediarão, principalmente, os efeitos dos interesses e das ações das empresas hegemônicas que conformam a base econômica e política dos mercados que sustentam as redes de televisão, como é o caso, por exemplo, dos maiores

anunciantes do mercado publicitário.<sup>13</sup> Eles são responsáveis também pela retradução das regulamentações do setor pelo Estado, adequando-as segundo as lógicas específicas do campo.<sup>14</sup>

O que interessa ao analista, por exemplo, é localizar e compreender como os gestores das empresas produtoras de telenovelas reagem diante da necessidade vital de conservar e expandir a cartela de anunciantes e diante dos interesses daqueles que, ao criarem os programas, não se propõem a estar unicamente a serviço dos anunciantes. O interesse específico dos criadores orienta a seleção dos temas, personagens, enredo e tudo o mais que compõe poética e esteticamente uma telenovela. Sabe-se que os criadores podem negar o princípio econômico que os índices de audiência prenunciam em prol da defesa da condução da estória.<sup>15</sup> Logo, como essas tensões e paradoxos se manifestam nas experiências singulares é o desafio mais instigante desta perspectiva.

Como a diversidade e o volume das empresas e dos agentes e grupos envolvidos é cada vez maior, localizar as posições dominantes e observar as empresas que a estas posições estão associadas facilita a execução do Projeto de Estudos que investiga as relações entre esses agentes, grupos e instituições para verificar como os princípios da autonomização estão operando no campo das instituições produtoras e no campo de elaboração das telenovelas.

Assim, tem-se um dos caminhos para compreender de que modo aqueles que ocupam posições dominantes no campo do poder e no campo das empresas produtoras de telenovelas estariam interferindo no grau

13 Um desafio permanente pra esses setores do mercado consiste na atividade clássica de interpretar os dados das pesquisas de audiência de modo a gerar procedimentos bem sucedidos, ou seja, decisões quanto à seleção dos programas adequados a cada tipo de público. Recomenda-se a leitura de *O livro do Boni* (2011) onde detalha o modo como Homero Icaza Sanches, o “bruxo”, colaborou para a resolução desta equação (p. 421-424). Consultar, também, Ortiz et al. (1989, p. 126-127) e Hamburger (2005, p. 39-61).

14 Consultar a meticulosa exposição dessas ações ocorridas nos anos 1970 e 1980, em Ortiz e colaboradores. (1989, p. 84-89). Recomenda-se ainda, a leitura do depoimento de Boni sobre a estratégia usada pela emissora de televisão, TV Globo, para se contrapor à pressão do Ministério das Comunicações no período do regime militar, durante a gestão do General Médici (2011, p. 251-254).

15 Dentre inúmeros depoimentos, destaco o de Walcyr Carrasco: “não é porque o público quer determina a coisa que eu tenho de fazer exatamente aquilo [...] não sou uma marionete nas mãos do público. O meu trabalho é receber estímulos e tratá-los como são: estímulos à minha criatividade. Sou pago para buscar soluções criativas e inovadoras pra eventuais problemas”. (BERNARDO; LOPES, 2009, p. 235-236)

de autonomia que viabiliza a dimensão autoral observado no campo das telenovelas.

A questão da autoria ou dos dispositivos que reconhecem e legitimam a qualidade e a inovação precisa, então, ser vista segundo as especificidades do campo da telenovela, segundo a história da sua autonomização, história que transformou as lutas pela ampliação do grau de autonomia em um capital específico importante traduzido pela marca autoral dos especialistas envolvidos ou realizadores (roteiristas, diretores, atores, figurinistas, cenógrafos e tantos outros) e da marca das empresas produtoras da ficção televisiva, como as redes de televisão. Todavia, como o campo da telenovela é assaz tributário da lógica empresarial, é necessário ressaltar, mais uma vez, que a existência do autor e seu grau de autonomia devem ser pensados segundo o modo como, no campo das empresas produtoras, as redes de televisão cultivam e preservam um sistema de produção associado à disposição autoral dos realizadores que atuam no campo da telenovela.<sup>16</sup>

### **ROTEIRISTA - AUTOR NO CAMPO DA TELENÓVELA BRASILEIRA**

O autor de telenovela, desde o surgimento do campo da telenovela no Brasil, é identificado como o roteirista responsável pela sua condução. A telenovela, como qualquer produto audiovisual, envolve outros especialistas que exercem funções vitais na sua elaboração e criação, como os produtores e os diretores. Chama à atenção, pois, que, dentre eles, o lugar do autor, no caso brasileiro, tem sido dado ao roteirista.

Flávio de Campos, coordenador da Oficina de Roteiristas da TV Globo desde 1990, tem vasta experiência na formação de renomados roteiristas de telenovelas. As definições que tece sobre a função do roteirista ilustram a disposição que se espera dessa categoria profissional quando estes trabalham para redes de televisão.

<sup>16</sup> Octávio Florisbal, diretor geral da Rede Globo (2002 a 2012), apresentou em seminário promovido no Rio de Janeiro pela Faculdade Cândido Mendes, em 1993 uma perspectiva esclarecedora sobre esse assunto. Na época, era o superintendente comercial da TV Globo e mostrava a certeza de que as adequações nas telenovelas devem ser feitas sem deixar de manter os profissionais da criação motivados e sempre prestes a enfrentar as dificuldades permanentes das mudanças geradas pelas demandas do mercado, ou, do que ele prefere chamar de público externo. Consultar os detalhes das posições de Florisbal em Souza. (2004, p. 133)

Ao ler Flávio de Campos, entende-se que o roteirista de ficção que atua na televisão precisa aprender a lidar com alguns princípios para que sua narrativa seja reconhecida. O roteirista deve ser capaz de repetir o que dá certo, ou seja, escrever histórias que alcancem índices de audiência iguais ou maiores que os esperados. Deve ser capaz de não apenas repetir, mas criar um “estranhamento narrativo”, criar a sensação de algo diferente, mas não incomum. Deve assegurar os índices de audiência almejados, pois eles são um critério chave para avaliação do resultado. O roteirista precisa dominar os “apelos da história” quanto à forma de ser narrada. Deve ainda dominar as “[...] súplicas dos seus espectadores quanto às regras a que estão acostumados”. (CAMPOS, 2006, p. 360)

Os princípios que o roteirista precisa ter em mente só poderão ser respeitados se ele, o roteirista, dominar a habilidade de lidar com as regras das histórias que escreve. Habilidade que requer, entre outras coisas, a capacidade de melhorar, de reescrever o roteiro todas as vezes que for necessário. Nesse sentido, é interessante uma das orientações dadas por Campos: não resista, corte o “estilo autoral”, “faça o escritor desaparecer”, “mate os seus xodós não-pertinentes” e lembre-se de que “o roteiro pronto é melhor que um roteiro em vias de se tornar perfeito”.

Contudo, quando Campos tece essas recomendações para o roteirista, não elimina a busca da oportunidade de tornar a narrativa própria percebida e reconhecida pela via da transgressão às regras da história. Esse paradoxo relembra que o domínio das regras se traduz tanto na capacidade de dominar a forma de narrar de modo a repetir o que dá certo quanto na capacidade de criar o estranhamento e transgredir. Ambas as capacidades são peças fundamentais para o reconhecimento e a consagração do roteirista que será conhecido como autor.

O roteirista de telenovela reconhecido e consagrado como autor é aquele que domina os princípios discriminados por Campos. Este é chamado de autor pela emissora, roteirista autor pelas associações corporativas e, no caso deste artigo, roteirista-autor.<sup>17</sup> Observa-se que cada vez mais

17 O termo autor-roteirista de telenovelas designa duas dimensões: a primeira trata da função do especialista roteirista na criação coletiva própria do produto audiovisual. A segunda define que são eles que exercem a função social do autor nas telenovelas, reconhecidos e legitimados como tais, tanto pelas associações que representam os roteiristas quanto pelas empresas produtoras de telenovelas (consultar <http://www.artv.art.br/index.php/manifestos>).

se faz presente a existência de uma equipe de roteiristas colaboradores coordenada pelos autores roteiristas. Nestes casos, os roteiristas que coordenam as equipes são chamados de roteiristas titulares.

A dinâmica de trabalho dessa equipe depende, pois, do modo de condução dos roteiristas titulares. Essa perspectiva hierárquica na condução do processo é imprescindível. Assim como é suposto que nos casos em que os princípios básicos não forem atendidos, outros roteiristas autores experientes serão chamados pelos produtores da indústria para supervisionar as equipes de roteiristas ou até mesmo para substituir alguns deles, inclusive o roteirista titular. Cada vez mais frequente é a presença de roteiristas autores experientes sendo responsáveis pela supervisão de roteiristas autores que elaboram suas primeiras telenovelas.

30

O que interessa destacar nesta reflexão é a construção social da crença e da disposição de dois princípios que parecem coexistir. O primeiro deles atenta para o fato dos roteiristas de telenovelas escreverem histórias para atender aos apelos do espectador e da empresa produtora. O segundo situa os roteiristas diante de um “projeto criador”, na acepção de Bourdieu (1968). O roteirista se interessa pela busca de soluções para problemas de natureza narrativa que surgem durante a criação da telenovela e que dizem respeito apenas ao “melhor” modo da história ser contada.

Essa aptidão para “fazer o melhor” está associada à experiência da autossatisfação com o próprio trabalho e à experiência com os sistemas de reconhecimento existentes (sucesso de público, premiações etc.) que os mobilizam para fazer o melhor e para, quando possível, inovarem o gênero. Aqueles que, na trajetória de roteirista, conseguiram efetivar esses dois princípios tenderão à consagração e a ocupar posições de destaque na indústria televisiva e no meio dos especialistas que atuam na realização de telenovelas.

Flávio de Campos sinaliza outro aspecto, aquele que ressalta o senso de domínio da habilidade e do território diante dos outros especialistas que podem tomar decisões quanto à história. Campos (2007, p. 370) diz: “[...] é no mínimo falsa colaboração aquela em que o diretor ou o produtor dá meia dúzia de palpites no roteiro e decide que, por isso, merece crédito de roteirista”.

Esta afirmação que sinaliza as tensões quanto ao reconhecimento da função e do poder do roteirista numa equipe onde o diretor é responsável pela encenação da estória é frequente na produção de obras audiovisuais e muitos são os fatores que delineiam como estas tensões poderão ser orquestradas.<sup>18</sup> Dentre esses fatores, cabe apontar um deles: o papel da gestão da autonomia criativa por parte dos responsáveis pela teledramaturgia nas redes de televisão.<sup>19</sup> Nessa seara tende a ser estabelecido o parâmetro que define a marca do Programa e a marca daqueles que o criarão. As condições da criatividade tendem a estar situadas na tensão entre a fórmula (os esquemas e a repetição das convenções do Programa e dos gêneros ficcionais que o constituem) e as inovações. O tipo de dinâmica de colaboração entre os especialistas envolvidos tende a ser também legitimada pelos produtores representantes da emissora.

#### A AUTORIA NO CAMPO DAS PRODUTORAS DE TELENOVELA

Um dos pontos de partida desta reflexão é sobre as condições que favorecem a existência do grau de autonomia criativa do roteirista-autor da telenovela no campo das empresas produtoras da indústria televisiva. Sabe-se que eles são atualmente profissionais contratados e que atuam num sistema em que, a princípio, estão à disposição das empresas para atender aos interesses e às encomendas que forem acordados.

Os roteiristas-autores atuam a partir da habilidade de elaborar obras reconhecidas como criativas por especialistas da área (dos roteiristas aos produtores), pelos críticos e pela audiência, realizando atividades previstas pelas empresas que os contratam, comumente as redes de televisão. Nesse contexto de trabalho, atuam em equipes de profissionais coordenadas

18 Sobre as polêmicas que envolvem a autoria no campo cinematográfico e que tendem a repercutir sobre a ficção audiovisual televisiva, consultar Jacques Aumont em *O cinema e a encenação* (Lisboa: texto&grafia, 2006) e Jean Claude Bernardet em *O autor no cinema* (São Paulo: Brasiliense, 1992).

19 Como assinala Hamburger (2005, p. 41): “Produtores-criadores executivos, tais como Cassiano Gabus Mendes, em seus tempos de Tupi, Walter Clark e José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni – respectivamente no início e durante os anos áureos da Rede Globo –, comandam. Esses produtores representam a emissora, e sua capacidade de articular uma multiplicidade de opiniões e profissionais em torno de objetivos e projetos se expressa na programação. A estrutura administrativa de produção foi mudando mas, nos 20 anos áureos da Rede Globo, as novelas foram produzidas por um departamento que durante a maior parte desse tempo ficou sob a direção de Daniel Filho”.



a partir de parâmetros hierarquizados, sob o controle dos representantes das empresas produtoras. Os princípios da colaboração e da decisão compartilhada da criação e da renovação ou inovação do produto tendem a estar sempre em discussão nessas equipes.

Como elemento ilustrativo para pensar essa condução da dinâmica colaborativa e criativa das equipes que atuam nas empresas produtoras, traz-se aqui, em linhas gerais, uma breve comparação entre o modelo estadunidense e o padrão brasileiro.<sup>20</sup>

Um princípio base destas experiências é: a boa estória é fundamental. Assim parece que um dos pontos centrais do processo está na relação entre o responsável pela boa estória, aqueles que a escrevem, e as interpretações posteriores que envolvem uma complexa operação que envolve muitos especialistas capazes de transformar as estórias presentes no roteiro em peça audiovisual. Como sustentar a qualidade dessas interpretações em escolhas criativas feitas por profissionais de outras áreas, não mais por roteiristas?

No modelo estadunidense o produtor é a peça chave da dinâmica colaborativa das equipes que atuam na indústria da televisão americana. As séries para televisão tendem a ser produzidas pelas redes de televisão abertas e por canais por assinatura. Os roteiristas, preocupados com o controle da interpretação e com o manejo da transformação do texto/estória em imagens e sons, foram assumindo múltiplas funções. O roteirista consagrado tenderá a assumir as funções do produtor e, muitas vezes, vai dirigir e até atuar. O que se deseja ressaltar é que, para o controle do processo, foi preciso que o roteirista-autor, o criador da série, fosse exímio conhecedor das outras áreas centrais da realização audiovisual: a área que financia, controla e supervisiona o processo, ou seja, a esfera da produção e a área que cria e viabiliza o mundo das imagens e sons – os diretores e os demais especialistas dessa área.

A maioria dos roteiristas (até mesmo os melhores) é contratada, despedida e substituída regularmente. Esse é um mercado com alta rotatividade. Mas quando os roteiristas conseguem desenvolver

20 A comparação parte de dados recentes dos sistemas das redes de televisão aberta dos dois países. Dados coletados em Mittell (2012), Kellison (2007) Burns e Thompson (1990), Hamburger (2005), Daniel Filho (2001).

habilidades de produção ou assumem diretamente o papel de produtor, aumentam drasticamente suas chances de controle sobre o projeto, principalmente se conseguirem construir uma reputação de produtor que também escreve e/ou dirige. (KELIISON, 2007, p. 13)

Tem-se clareza de que se está simplificando e empobrecendo o complexo processo de produção e criação da ficção seriada televisiva estadunidense. O intuito foi apenas mostrar que os profissionais que detêm o controle do processo no modelo estadunidense foram articulando as três áreas-chave: roteiro, produção e direção. O produtor tende a ser roteirista, podendo ou não atuar na direção, mas com certeza, sabendo discutir e acompanhar de perto o trabalho dos diretores e dos outros profissionais. Essa condição se tornou a base da atuação do roteirista que foi capaz de ampliar o grau de autonomia e de controle sobre o complexo processo de produção e criação da ficção seriada. O termo *showrunner* ilustra essa tendência.

No padrão brasileiro, a rede de televisão aberta ainda é a principal produtora da ficção televisiva que assume tanto a execução, a criação quanto a distribuição. Isso significa que as redes são responsáveis por uma complexa cadeia de atividades que envolvem desde a concepção do Programa até a sua divulgação nos canais competentes. Nesta circunstância, o modelo de gerenciamento da empresa tende a estabelecer a Central de Produção de cada Programa por setores. No caso da teledramaturgia, alguns diretores foram assumindo a função de produtor que supervisiona todo o processo e que define a equipe de roteiristas e dos outros especialistas. Podem, também, colaborar como roteiristas ou supervisionar a elaboração e as interpretações do roteiro.<sup>21</sup> O grau de autonomia criativa de cada profissional é estabelecido a partir dessa dinâmica de trabalho.

No caso recente da telenovela brasileira, a autoria ou a expectativa de controle sobre a passagem da estória/roteiro para imagens e sons tende a estar centrada no roteirista-autor que trabalha com diretores que exercem

21. São os casos de Walter Avancini, Daniel Filho, Guel Arraes, Luiz Fernando Carvalho e tantos outros.

a função de produtores, os diretores de núcleo<sup>22</sup> e os diretores gerais.<sup>23</sup> Para favorecer uma dinâmica de trabalho que propicie um ambiente mais favorável à colaboração, tende-se a instituir parcerias sintonizadas entre autor roteirista/diretor geral/diretor de núcleo para evitar conflitos desnecessários e a convocar o autor roteirista para as fases de constituição do elenco e para tomar outras decisões que interferem no processo da interpretação dos roteiros.

Diferente do modelo estadunidense, o autor roteirista de telenovelas não precisou assumir outras funções na área da produção. Contudo, foi necessário aproximar-se dos diretores e produtores que melhor traduzem ou interpretam suas histórias e assim foi se instituindo as parcerias criativas entre diretores e roteiristas-autores. Na história das telenovelas da Rede Globo tem-se as longevas parcerias de roteiristas/diretores gerais. No horário das 21 horas, destacam-se os casos de Gilberto Braga e Dennis Carvalho, e Sílvio de Abreu e Jorge Fernando.<sup>24</sup>

34

## GESTÃO DA AUTORIA DAS REDES DE TELEVISÃO: QUESTÕES PRELIMINARES

A comparação do modelo de produção da ficção seriada comercial estadunidense com o modelo brasileiro esclarece o fato de a ficção seriada televisiva ter como materialidade básica o ato de contar a história, articulada com a habilidade de inventar mundos ficcionais de longa duração, duas habilidades específicas que decorrem da função primordial dos roteiristas

22 A acepção de Daniel Filho (2001, p. 77-83) esclarece: "a condição de diretor- produtor [é] específica do mercado brasileiro". Os diretores de núcleo são diretores com função de "supervisores dos diretores" e acompanham o desenvolvimento adequado do produto audiovisual, ou seja, dão "suporte ao autor, ao diretor e à produção executiva até a finalização do projeto".

23 No caso da Rede Globo, existem estas duas funções. Nas demais emissoras, observa-se apenas a função da direção geral, aquela que indica a condição de produtor-diretor citada por Daniel Filho.

24 Estas parcerias, é bom lembrar, fazem parte da história da telenovela no Brasil. A complexidade do sistema produtivo e da especialização das funções dos profissionais levou à diversidade maior das parcerias. No caso da Rede Globo, Daniel Filho vai dirigiú o maior número de telenovelas de Janete Clair, no horário das 20 horas. Roberto Talma e Paulo Ubiratan foram responsáveis pelas telenovelas das 20 horas nos anos 1980. Na década seguinte, a diversidade aumenta em todos os horários de exibição da emissora. Temos, no horário das 21 horas, as presenças frequentes de, dentre muitos, os diretores gerais e também de núcleo: Dennis Carvalho, Jayme Monjardin, Wolf Maya e Ricardo Waddington, atuantes até os dias atuais. Consultar também Hamburger (2005, p. 45).

envolvidos na produção. Logo, torna-se plausível a tendência observada nas duas situações do lugar de destaque e de poder dos roteiristas, em especial, daqueles que demonstram a capacidade de orquestrar, controlar o processo de contar histórias fragmentadas e complexas e, ao mesmo tempo, cativar públicos extensos e heterogêneos por um longo período de tempo.

Presume-se, pois, que nos campos específicos de cada tipo de produção da ficção seriada, em que a telenovela é apenas um deles, os profissionais estão imersos em disputas pela manutenção ou pelo aumento do poder de ingerência, de decisão, num processo complexo e multifacetado da criação coletiva gestada pelas empresas de comunicação que lidam com vultosos recursos econômicos e financeiros. Vale ressaltar que nas duas situações a ficção seriada televisiva é um dos produtos mais rentáveis das redes de televisão. Nesse contexto, os agentes envolvidos sabem que quanto maior o poder de negociar e interferir sobre o processo, melhores as condições de escolha dos recursos e das estratégias empregadas que podem estabelecer o reconhecimento de suas marcas autorais. Mais ainda: sabem que essas marcas tenderão a estar associadas às marcas das empresas produtoras.

As histórias ou trajetórias sociais dos roteiristas-autores que se consagram em determinadas redes de televisão no campo da telenovela são um *locus* privilegiado de observação dessa associação de esforços para a construção da distinção que tende a ocorrer tanto no âmbito específico da produção da obra quanto na esfera mais ampla das práticas das empresas de televisão. Ao refletir sobre a história das posições e das ações que as empresas desenvolvem no quesito marcas próprias dos seus produtos, espera-se compreender os esforços empreendidos para enfrentar a concorrência nos mercados onde atuam, seja de âmbito nacional ou internacional.

Pensar o papel do gerenciamento da TV Globo, a emissora que detém a posição hegemônica no setor da teledramaturgia e da telenovela no Brasil, e o papel das demais emissoras produtoras na história da construção social do autor de telenovelas, permitiria, portanto, adensar a reflexão sobre as especificidades da definição legítima e da percepção autoral própria da ambiência das telenovelas brasileiras que tratam os roteiristas titulares como autores.

Aposta-se, ainda, que ao conhecer melhor as lógicas que regem a perspectiva autoral no campo das produtoras de ficção seriada, em espe-

cial, as telenovelas, estar-se-ia em condições de avaliar a repercussão dos movimentos dessas empresas de entretenimento e comunicação que lutam, no Brasil e alhures, para manter e conquistar padrões de reconhecimento e consagração a partir, também, da visibilidade dos produtos inovadores e criativos que lançam nesses mercados. Esse é o vetor da pesquisa que se deseja desenvolver e que aqui está apenas esboçado.

Nos primeiros estudos sobre a autoria nas telenovelas, o foco central da atenção estava nos agentes reconhecidos e consagrados como autores, os roteiristas responsáveis pelas histórias contadas nas telenovelas. As hipóteses de trabalho formuladas sobre esse fenômeno, advindas das teorias da comunicação e da sociologia da cultura, em especial, de autores como Martín-Barbero, Renato Ortiz, José Mário Ramos, Sílvia Borelli, Esther Hamburger, Horace Newcomb e Bourdieu, mostravam que era necessário verificar em que medida as condições de produção das telenovelas conferiam especificidades às formas de identificar quais dos profissionais envolvidos seriam considerados os autores. E mais: em que medida, ao conhecer a dinâmica de produção do texto audiovisual da ficção seriada de maior êxito comercial da televisão, poder-se-ia construir hipóteses frutíferas para examinar as marcas ou os estilos desses autores em suas obras?

Constatou-se que a crença que sustenta o senso prático dos agentes envolvidos é conformada por um sistema de produção, distribuição e consumo hierarquizado, coletivo, colaborativo e que rege a imperiosa necessidade de, ao mesmo tempo, elaborar telenovelas segundo vultosos interesses comerciais e segundo interesses poéticos e estéticos que primam pela qualidade, pelo melhor modo de contar, ver e ouvir suas histórias. Nesse caso, observa-se que o padrão estilístico tem sido modificado, pois é também imperiosa a exigência de mesclar aspectos novos aos esquemas existentes. Observa-se, também, que a posição de autor está associada à capacidade de decidir pelas escolhas poéticas e estéticas observadas nas telenovelas. O poder de decidir é conferido e conquistado segundo a dinâmica das relações de força e poder existentes entre os agentes e as instituições envolvidas.

Ao chegar neste ponto, ficou evidente a necessidade de aprofundar a compreensão dos aspectos que fazem parte das lógicas que conformam

as disposições e as práticas dos gestores das instituições que detêm a maior fatia de poder neste processo. Chega-se, assim, às considerações presentes neste artigo.

A tese que vem sendo esboçada considera que o grau de autonomia de roteiristas-autores do produto telenovelas nas redes de televisão depende, fortemente, da gestão empresarial do processo de criação dos profissionais que nelas atuam e do ponto de vista das empresas que se conformam no seio das polêmicas e dos princípios que foram historicamente constituindo seu campo de práticas enquanto produtoras e distribuidoras de telenovelas no Brasil.<sup>25</sup> O que se tem observado, portanto, é que as marcas de autoria dos roteiristas são fruto, também, de um sistema de criação e de exibição que favorece a regularidade e a recorrência de temas e estratégias, um dos vetores chave que sustentam o fenômeno da autoria.

A lógica do capitalismo em suas variações rege a vida das empresas produtoras de telenovelas. Um dos princípios mais vigorosos da lógica capitalista é o da permanente distinção e valor atribuídos às marcas dos produtos que comercializam: a paradoxal tensão da regularidade, da recorrência com a novidade e a inovação. Logo, é de se esperar que o interesse de fomentar o valor dos autores das telenovelas esteja articulado ao interesse de agregar capital simbólico e econômico para a emissora. Não se quer, com esta afirmação, reforçar a premissa equivocada que pensa as emissoras como controladoras absolutas de todo o sistema voltado puramente para fins comerciais. O que se deseja enfatizar é o papel dos gestores das emissoras na construção social do roteirista-autor das telenovelas segundo princípios que lidam com problemas de estilo e de qualidade estética valorizados também no campo das emissoras produtoras.

O que se pretende, enfim, é fomentar estudos futuros nessa área que possam colaborar para a compreensão das muitas mediações, interfaces, relações de força e poder entre agentes e grupos que atuam no seio das empresas que constituem grandes conglomerados dos meios de comunicação. O intuito final é poder desvendar melhor em que medida,

25 A formulação da história das redes de televisão produtoras de teledramaturgia segundo a noção de campo está em construção. Espera-se que por meio dela perceba-se de que modo os responsáveis pela teledramaturgia e pelas telenovelas lidam com os efeitos de outros campos, assim como com os efeitos provenientes dos fatores morfológicos que os constituem.

as formas de dominação e dependência presentes nos sistemas de criação de obras específicas como as telenovelas estão imbricadas com as lutas pela ampliação dos graus de autonomia dos agentes que atuam no coração do mercado mediático. Investigar para reconhecer e ressaltar, caso exista, na experiência autoral examinada, alguma dimensão que corresponda à esperança plasmada por Bourdieu (2005, p. 372-375) e desejada por muitos de “defender a autonomia dos universos da produção cultural [...], autonomia dada pela capacidade de responder às exigências internas do campo” e aos “valores [éticos e estéticos] que lhes estão associados”.

## REFERÊNCIAS

- ALENCAR, Mauro. *A Hollywood brasileira*. Rio de Janeiro: Senac, 2002.
- BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- BOURDIEU, Pierre. Pós-escrito: como ler um autor?. In: \_\_\_\_\_. *Meditações pascalianas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001. p. 103-112.
- BOURDIEU, Pierre. Campo intelectual y proyecto creador. In: \_\_\_\_\_. *Problemas del estructuralismo*. México: Siglo XXI, 1967. p. 135-182.
- BERNARDO, André; LOPES, Cintia. *A seguir cenas do próximo capítulo: as histórias que ninguém contou dos 10 maiores autores de telenovela do Brasil*. São Paulo: Pandas Books, 2009.
- CAMPOS, Flávio. *Roteiro de cinema e televisão: a arte e a técnica de imaginar, perceber e narrar uma estória*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- ELSAESSER, Thomas; SIMONS, Jan; BRONK, Lucete. *Writing for the medium: television in transicion*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 1994.
- FILHO, Daniel. *O circo eletrônico: fazendo TV no Brasil*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- FECHINE, Yvana; FIGUEIROA, Alexandre (Ed.) *Guel Arraes: um inventor no audiovisual brasileiro*. Recife: Cepe editora, 2008.
- HAMBURGER, Esther. *O Brasil antenado: a sociedade da novela*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

HAMMOND, Michael; MAZDON, Lucy. *The contemporary television series*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2005.

KELLSON, Cathrine. *Produção e direção na TV e vídeo: uma abordagem prática*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2001.

BARBERO, Jesús Martín. La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana. *Revista Dia-logos de la Comunicación*, n. 17, 1987.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michelle. *O carnaval das imagens: a ficção na TV*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

MITTEL, Jason. Authorship. In: MEDIA commons press. *Complex TV: the poetic of contemporary television storytelling*. Disponível em: <<http://mediacommons.futureofthebook.org/mcpress/complextelevision/authorship/#psTrbmilcionswieafhmisMHeToaTLRDWtTfCIBTfdaBc>>. Acesso em: 15 nov. 2012.

NEWCOMB, Horace (Ed.). *Television: the critical view*. New York: Oxford University Press, 2007.

NEWCOMB, Horace. La creación del drama televisivo. In: JENSEN, K.; JANKOWSKI, N. (Org.) *Metodologias cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch, 1993.

NOGUEIRA, Lisandro. *O autor na televisão*. São Paulo: Edusp; Goiânia: Editora UFG, 2002.

OLIVEIRA SOBRINHO, José B. *O livro do Boni*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2011.

OROFINO, Maria Isabel. *Mediações na produção de TV: um estudo sobre o Auto da Compadecida*. Porto Alegre: Editora PUCRS, 2006.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia Helena; RAMOS, José Mário. *Telenovela, história e produção*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

PALLOTTINI, Renata. *Dramaturgia de televisão*. São Paulo: Ed. Moderna, 1998.

SOUZA, Maria Carmem Jacob. *Telenovela e Representação social: Benedito Ruy Barbosa e a representação do popular na telenovela Renascer*. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.



THOMPSON, Robert; BURNS, Gary (Ed.). *Making television: authorship and the production process*. Media and Society Series. New York: Praeger, 1990.

WOLF, Mauro. *La investigación de la comunicacion de masas*. Critica y perspectivas. 2. ed. Barcelona: Paidós, 1994.

# A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA AUTORIA NOS VIDEOCLIPES

*Rodrigo Ribeiro Barreto*

## INTRODUÇÃO

41

A associação de imagens e música popular do videoclipe vem resistindo à prova do tempo. Em trinta anos, pode-se afirmar inclusive que, para o desgosto dos detratores do formato, sua história é marcada por expansão. À sua função inicial meramente promocional, foi acrescentada a possibilidade de reconhecimento artístico. A presença, na Internet, de um acervo de clipes, que abarca o percurso desde suas origens, parece ser o apogeu de sua gradual liberação da dependência da veiculação televisiva. Além disso, a elaboração de vídeos musicais mantém um significativo e construtivo diálogo com outros campos do audiovisual; numa relação, em que, ele deixa de ser tratado apenas como derivativo (da videoarte, televisão ou cinema, por exemplo), passando a ser destacado como fonte de inspiração e influência tanto para seus antecessores quanto para as novas formas digitais e interativas. Finalmente, não resta mais qualquer estranhamento na adoção de vídeos musicais como objeto de atenção acadêmica séria e não condescendente.

Justamente com esta inclinação, o presente trabalho tem como propósito a caracterização do contexto de produção dos videoclipes e do processo histórico de sua autonomização, um exercício que utiliza as matrizes teóricas gerais do sociólogo Pierre Bourdieu para a construção e apresentação da noção de campo do videoclipe aplicada particularmente

à produção estadunidense e europeia das últimas três décadas. Esse mapeamento é, por sua vez, imprescindível para destacar a importância das parcerias autorais nos videoclipes, justamente porque, no cerne desse contexto produtivo, foram estabelecidas, pleiteadas e negociadas as condições para uma participação significativa de diretores, cantoras/es e bandas como os principais responsáveis pela definição artístico-expressiva do formato.

Desse modo, o deslindamento da atuação das instâncias realizadoras de videoclipes – tanto diretiva quanto performática – estará sempre entremeadado à compreensão do conjunto de temas, estratégias e objetos disputados por agentes, grupos e instituições nos particulares “microcosmos sociais”, que Bourdieu (2005, p. 60) denominou de *campos*. A organização dinâmica que caracteriza tais subdivisões do espaço social geral faz com que eles não se apresentem de maneira estanque, mas sim como espaços sempre em curso de diferenciação e de ramificação em outros campos ou subcampos afins. Esse é um processo responsivo ao surgimento e afirmação de tópicos e interesses próprios, algo como o que se notou com a elaboração de videoclipes, que, a partir da década de 1980, passou a se apresentar como um segmento renovado de atuação na produção audiovisual.

O desenrolar histórico dos vídeos musicais vai confirmar essa tendência para a especificidade, incitando a delimitação aqui empreendida da produção do videoclipe como parte relativamente autônoma do campo artístico. Dentre as condições suficientes para se falar na constituição de um novo campo – o campo do videoclipe –, tem-se especialmente as modificações tecnológicas, a diferenciação dos tipos de público ou de obras produzidas e as relações comerciais de elaboração/distribuição dos clipes como causas para o aparecimento ou aumento da influência de novos grupos de realizadores. É a atuação desses profissionais como gestores efetivos da produção dos videoclipes e de sua definição poética que faz com que tais produtos de massa com função divulgatória sejam crescentemente consagrados e acolhidos como exercícios criativos esteticamente singulares, que valem por si próprios.

Como para qualquer outro campo de produção de massa, a delimitação do campo do videoclipe encara sua condição de espaço perpassado por vinculações e pressões de ordem econômica, ou seja, a condição de

espaço não inteiramente autônomo. À primeira vista, tal tarefa parece dissonante da concentração das análises do próprio Bourdieu sobre momentos de marcada autonomia de campos como o literário, o campo das artes plásticas e o campo científico. Embora saudada pelo cuidado e interesse de sua descrição, essa ênfase bourdieusiana tem como corolário sua criticada desatenção à cultura massiva, cuja importância contemporânea incide tanto nas possibilidades de agenciamento dos indivíduos por ela envolvidos (COULDRY, 2005) quanto na definição do que se constituiria hoje como produção autônoma. (HESMONDHALGH, 2006) Richard Shusterman chega a afirmar que, apesar de Bourdieu “[...] expor rigorosamente a economia oculta e os interesses encobertos da assim chamada estética desinteressada da alta cultura, ele permanece encantado demais com o mito que ele desmistifica para reconhecer a existência de qualquer estética popular legítima”. (SHUSTERMAN, 2000, p. 172, tradução nossa) A atenção sobre o contexto produtivo dos videoclipes pretende assim beneficiar-se do rigor do teórico francês, ao mesmo tempo, alinhando-se às tentativas de expandir o âmbito de aplicação e contribuição de seu arrazoado.

A clareza com que Bourdieu contempla o jogo de oposições entre a dimensão economicamente desinteressada (produção restrita) e a dimensão comercial (grande produção) dos campos artístico-culturais atrai, por exemplo, considerações a respeito dos casos, em que as fronteiras dessas dimensões apresentam-se borradas. Casos como o da gradual absorção de alternativas vanguardistas na cultura de massa, apresentando-se primeiramente como uma forma de angariar benefícios simbólicos para um realizador ou obra e, com o tempo, chegando a se tornar uma convenção devidamente massificada.

Além disso, a dicotomia entre prestígio (polo restrito) e popularidade (grande produção) pode ser francamente relativizada em alguns contextos de produção e consumo – a exemplo da música popular, como lembra David Hesmondhalgh (2006) –, nos quais a evidência simultânea das duas qualidades não aparece necessariamente como conflitiva ou contraditória. Tais limites não tão bem definidos entre a produção restrita e a grande produção permitem o reconhecimento da artisticidade de obras, indubitável e inteiramente, inseridas na produção massiva, algo que se

continua a atribuir a determinados agentes realizadores, os quais – permanecendo com uma visibilidade majoritariamente positiva – tendem a ter sua atuação consagrada.

Em face da possibilidade de legitimação estética da cultura popular ligada às esferas industrial e comercial, deve-se ter presente que a disposição das instâncias diretiva e performática dos cliques para resguardar suas obras de solicitações e poderes derivados de campos externos é determinante para fazer avançar a autonomia relativa do campo do videoclipe. A respeito de outro campo também inserido na grande produção – o da telenovela – já foi feita uma constatação condizente com o que se percebe aqui no campo do videoclipe: “[...] observa-se uma forte preocupação dos agentes em não deixarem de definir e buscar a qualidade artística do gênero telenovela, apesar de saberem da força do econômico na sua constituição”. (SOUZA, 2004a, p. 57) Desse modo, nos exercícios criativos de realizadores que pleiteiam um *status* diferenciado para suas obras e/ou são reconhecidos pelas instâncias criativas que se desenvolveram *pari passu* da estruturação do campo do videoclipe, tem-se a oportunidade de ver prevalecer, mesmo na produção de massa, os princípios norteadores específicos desse campo e não a influência direta de determinações exteriores e não artísticas.<sup>1</sup>

44

#### EXEMPLARIDADE AUTORAL NO CAMPO: CONSTITUIÇÃO, TRAJETÓRIA E DESEMPENHO

No processo de investigação de um campo de produção cultural, Bourdieu sublinha a importância de se trabalhar com realizadores de destaque, cujo projeto criador daria relevo às principais tendências – temáticas e formais – da atividade em questão: “[...] um conjunto de figuras exemplares [...] cujas obras e seus pressupostos [...] definem as referências com relação às quais todos deverão situar-se”. (BOURDIEU, 1996, p. 268) Esse lugar de exemplaridade é construído gradualmente no desenrolar da atuação de produtores, que demonstrem ser aptos a lidar não somente com as solicitações e exigências mais evidentes dos espaços sociais e campos, em que

1 Para Bourdieu, o campo – por meio da instituição de leis específicas – refrata (como um prisma), isto é, redireciona ou recontextualiza a influência da sociedade e de outros campos sociais. (BOURDIEU, 2005, p. 61)

vivem e atuam, mas também com suas regras não explícitas. Tal capacidade decorre de esquemas mentalmente incorporados de percepção, apreciação e planejamento prático, que – sendo originados tanto da experiência em outras subdivisões do espaço social quanto no próprio contexto que se analisa – têm a característica de serem transponíveis, ou seja, de poderem ser aplicados em âmbitos diferentes daquele de sua origem.

A constituição desse sistema socialmente adquirido de estruturas cognitivas, disposições e gostos – chamado de *habitus* por Bourdieu – está assim apoiada na noção de trajetória social, entendida como a “[...] série de posições sucessivamente ocupadas por um mesmo agente (ou um mesmo grupo), em um espaço ele próprio em devir e submetido a transformações incessantes”. (BOURDIEU, 2005, p. 81) Já em seus momentos mais precoces, o desenrolar dessa vivência/atuação revela um efeito diferencial entre os agentes, que vão se distinguindo, a depender das oportunidades encontradas, pelo gradual acúmulo ou pela confirmada escassez dos diferentes tipos de capitais disponibilizados nos campos.

Sem estarem, na acepção bourdieusiana, limitados à esfera econômica, “[...] os capitais seriam, grosso modo, recursos socialmente construídos e subjetivamente adquiridos ou incorporados pelos agentes sociais para entender o mundo que os cerca a fim de nele poderem atuar”. (SOUZA, 2004a, p. 48) O conhecimento dos tipos diferenciais de capitais disponíveis para cada realizador de destaque surge da recuperação, no estudo de sua trajetória, de informações concernentes à sua origem social e rede de relações, ou seja, seu círculo de convivência (capital social), aos tipos de formação recebida (capital cultural), ao grau demonstrado de independência e de controle possível sobre sua produção artística e ao tipo de resposta recebida dos seus pares, críticos e público. Essas duas últimas categorias de informação estão relacionadas tanto ao sucesso financeiro de suas empreitadas (capital econômico) quanto ao reconhecimento e consagração recebidos (capital simbólico).

A combinação adequada de capitais especificamente eficientes para um determinado campo pode fazer um realizador compreender e antecipar – mesmo inconscientemente – possibilidades de concepção e de realização não claramente acessíveis para a maioria dos agentes do campo, o que, por sua vez, pode levá-lo a uma participação com mais

desenvoltura e probabilidade de êxito, colocando-o em vantagem na disputa por reconhecimento e consagração.

O agente é então estruturado – desde sua inclinação para determinadas áreas de atuação até sua chance de participação eficiente no campo de eleição – pelas condições históricas e sociais, a que esteve submetido. Essa passagem/vivência pelas subdivisões sociais têm efeitos duradouros e contínuos, uma vez que – em termos profissionais, por exemplo – os agentes continuam a ser estruturados e, com sua atuação, podem vir a influenciar seu específico âmbito de dedicação. Bourdieu parece mostrar o *habitus* como inescapável ao frisar essa sobredeterminação dos agentes pelos campos, onde são gestados, definidos e adquiridos os recursos necessários e as habilidades privilegiadas de atuação. Mais ainda, como afirma Nick Couldry (2005), a ação de indivíduos seria, para o teórico francês, a ocorrência concreta, através da qual a própria estrutura social poderia ser reproduzida.

46

Ao mesmo tempo em que afirma essa tendência à estabilidade decorrente do *habitus* e da reprodução social, Bourdieu também “[...] atribui importância aos detalhes improvisados da ação”, (COULDRY, 2005, p. 356) ressaltando certa margem de manobra para agentes/realizadores. Essa atuação além do esperado tem bastante relevância naqueles momentos de formação de novas subdivisões do espaço social, podendo ser reativa à combinação inusitada de participantes munidos de *habitus* diferenciados surgidos em campos afins já constituídos. Exemplos de surgimento de um novo campo e de disputa inicial pela definição de seus princípios podem ser significativos para demonstrar a possibilidade também estruturante do agenciamento de determinados realizadores.

De fato, essa possibilidade não se esgota nos marcos iniciais de um campo, talvez seja apenas mais facilmente discernível nelas. Qualquer produtor cultural – inclusive as figuras exemplares ou personagens – guia – atua em um ambiente de competitividade, caracterizado por um continuado esforço para afirmar, dentre tantos concorrentes, a validade e a relevância de suas inclinações temáticas, opções formais e vinculações estéticas particulares, enfim seu ponto de vista a respeito de como deve ser desenvolvida a criação e produção das obras.

No campo do videoclipe, a consideração das propostas e contribuições dos realizadores segundo uma abordagem autoral é justamente estimulada pela identificação de atuações impulsionadas por anseios dessa espécie, a exemplo da conquista e manutenção do controle criativo, da valorização da própria capacidade de inovação e da tentativa de definição de uma marca ou estilo reconhecível por terceiros. Tudo volta, no entanto, a remeter à determinação do contexto de atuação, quando se pensa que a crença e a busca por essa individualização são, elas próprias, forjadas socialmente em meio a esse processo de competição artística e intelectual.

Tratar o funcionamento autoral como uma circunstância tornada factível em condições específicas de um campo de produção cultural permite dispersar qualquer anacronismo na caracterização do agenciamento dos realizadores considerados. Toma-se, desse modo, a devida e necessária distância das ideias de autores como gênios incriados e movidos por talento nato ou das obras como produções fundantes de todos os traços e efeitos, nelas e através delas, manifestados. A partir daí, alegações de originalidade, criatividade e inventividade – características já valorizadas no superado arrazoado autoral romântico – passam a ser ponderadas de modo mais objetivo, revelando suas novas e concretas funções na busca autoral do campo considerado. Estes termos pautam, por exemplo, o discurso a respeito dos clipes de seus primórdios até hoje, tanto em relatos de auto-definição dos realizadores quanto na avaliação positiva dada às obras por críticos e fãs.

No contexto oitentista, tal utilização soava, para muitos, contraditória, uma vez que as argumentações pós-modernas (no seu auge) insistiam, de modo enviesado e limitante, que certas tendências estéticas iniciais dos videoclipes – como intertextualidade, dinamismo, produção compósita, aspecto de colagem e caráter industrial/comercial – apontariam para a impossibilidade de criações originais. No entanto, tal prognóstico foi francamente combatido através da defesa de artisticidade do formato, a qual viria a ser assumida – tendo a originalidade, criatividade e inventividade como palavras de ordem e de diferenciação – por diretores atraídos para o emergente campo de produção dos clipes e também por artistas musicais dispostos a incluir essas obras em seu projeto criador.



Contudo, desde a aspiração artístico-expressiva até o reconhecimento público, passando pelo efetivo desempenho desses realizadores, ou seja, todas as suas contribuições pessoais devem ser analisadas à luz das especificidades do campo, às quais são remetidas as origens, as alternativas e os limites para a produção autoral. A atenção voltada para as atitudes, intervenções, discursos, decisões e filiações dos realizadores de videoclipe é tomada então como uma maneira de discernir as funções mais importantes da criação e produção do formato, assim como de elencar os principais nomes associados a tais instâncias criativas de mais destaque.

Daí, a importância de se conhecerem as posições galgadas e ocupadas pelos realizadores selecionados, as respostas que receberam da crítica e do público e as opiniões gerais por eles assumidas como forma de incrementar a compreensão e a análise da estrutura, efeitos e temas de obras individuais. Considerando os clipes como resultantes da gestão de possibilidades e constrangimentos colocados para os realizadores no interior do campo específico, é de se esperar que suas principais características sejam representativas do grau e dos modos, em que a busca autoral marcou as trajetórias de seus diretores e *performers*. Além disso, a consulta a entrevistas, biografias, perfis, *making ofs* etc. permite o acesso a informações acerca dos principais tipos de capitais acionados pelos realizadores, assim como a respeito do espectro de escolhas disponíveis para eles nos momentos de criação e elaboração dos clipes.

48

#### **A DEMANDA ARTÍSTICA NO VIDEOCLIFE: ORIGENS E CONDIÇÕES DE EFETIVAÇÃO**

A demanda comercial, que permitiu a consolidação dos videoclipes a partir dos anos 1980, foi óbvia (e, de certo modo, cíclica): crise estabelecida da indústria musical e conseqüente necessidade de ampliar o apelo de seus produtos junto a novos setores de público incitam a busca de novas soluções para alavancar as vendas. A promessa de salvação veio novamente do meio televisivo, que, como se sabe, já tinha – em seus programas de auditório e paradas de sucesso de décadas anteriores – uma tradição como plataforma para artistas musicais. Colocando-se como novidade redentora, o “pulo do gato” da MTV – pioneira em 1981 entre os canais fechados e

especializados em música – foi o de conseguir ser alçada a principal lugar de promoção musical, baseando grande parte de sua grade de programação em produção exógena. Ficou estabelecido então que canais fechados e eventuais programas televisivos de emissoras abertas não contribuiriam financeiramente para a produção dos clipes, oferecendo “apenas” o espaço de veiculação e todo o incentivo publicitário para que o público acolhesse fervorosamente os clipes e, conseqüentemente, a canção divulgada.

Inicialmente reticentes, as gravadoras assumiram o financiamento dos clipes, cuja elaboração passou a ficar a cargo de produtoras independentes contratadas. A confirmação desse esquema de elaboração – em que a indústria televisiva não se envolve (só veicula) e a indústria musical participa de modo relevante (mas indireto) – pode ser visto como uma primeira brecha para a demanda artístico-expressiva do formato. Embora os orçamentos iniciais das gravadoras fossem muito limitados, uma vez definida e respeitada a verba pela produtora independente encarregada, não havia maiores interferências criativas no produto final. É provável que, à época, o frenético ritmo de produção e de lançamento dos videoclipes desestimulasse a intervenção das gravadoras, sob o risco de, agindo assim, atrasar a veiculação. Além disso, não é de se menosprezar o fato de – mesmo para a MTV – o período ser ainda de testes e descobertas a respeito da potencialidade e acolhida do formato, não cabendo impor a ele limites tão rígidos.

Para ampliar a atmosfera de certa liberdade, os profissionais mais diretamente envolvidos com a elaboração dos clipes tiravam proveito de lacunas derivadas também da incompleta profissionalização de seu contexto produtivo. Em decorrência de postos ainda mal definidos, diretores acumulavam, por exemplo, funções de manejo de câmera e edição, que lhes davam mais controle no clipe. Adicionalmente, no alvorecer dos 1980, artistas musicais verdadeiramente interessados na concepção do vídeo eram a exceção e não a regra, algo experimentado, no contexto britânico, pelo diretor australiano Russell Mulcahy: “[...] eu ainda escrevia todas as idéias; a maioria das bandas não trazia nenhum tipo de aporte. Eles apenas apareciam para a filmagem e diziam ‘certo, o que você quer que a gente faça?’. Somente ocasionalmente uma banda [...] mostrava algum forte interesse real no conceito”. (FEINEMAN; REISS, 2000, p. 24-26)

No final das contas, a proeminência inicial dos diretores no campo de produção foi o resultado desse desinteresse de parte dos *performers* musicais, o qual pode ser explicado por dois motivos: ausência de capital simbólico por parte de disputantes recém-colocados no campo ou resistência à mudança por parte de estabelecidos. Por um lado, boa parte dos clipes correspondia à promoção de singles de artistas muito jovens e inseguros, ainda sem poder junto às gravadoras. Por outro, continuava a se manifestar uma resistência contra o formato por parte de alguns cantores e bandas setentistas, especialmente daqueles ligadas ao gênero *rock'n'roll*. Desconfiados, alguns músicos – mais direcionados à *performance* ao vivo e à divulgação de álbuns (e não singles) – questionavam tanto o foco do videoclipe sobre a imagem do artista em suposto detrimento ao trabalho musical quanto se opunham a servir de intérpretes dramáticos no formato.

50

A oposição de alguns foi compensada pela reação – mais condizente com as circunstâncias da época – dos realizadores vídeo-direcionados com *habitus* tendentes à expansão e variedade de suas atuações artísticas. Nas imagens videoclípicas, fotógrafos viram uma oportunidade de imprimir movimento àquelas fixas que concebiam para trabalhos em moda, capas de disco ou mesmo projetos mais pessoais. Editores empolgaram-se com as possibilidades não narrativas do formato, capazes de tornar mais expressivo e destacado o seu trabalho. Diretores de programas de TV investiram na diversificação de estratégias televisivas já bem codificadas de captação da *performance* musical; enquanto diretores aspirantes ao cinema encararam os clipes como terreno de aprendizagem com suporte mais barato, acessível e maleável. Videoartistas, por sua vez, recontextualizaram o domínio da maleabilidade do suporte videográfico, fazendo-o deixar as galerias de arte dos anos 1960 e 70 para fincar o pé no *mainstream* oitentista. Finalmente, coreógrafos, dançarinos e músicos buscaram o formato como registro para perenizar a intensidade de suas *performances* específicas ou mesmo como extensão deste trabalho para a atuação dramática. A respeito da instância performática, que tanto interessa à corrente argumentação, parece ter feito toda a diferença em suas trajetórias, que alguns cantores ou bandas tenham se posicionado como partidários dos videoclipes como uma forma de expressão artística válida.

A cantora e dançarina estadunidense Madonna participou, por exemplo, de uma mesa de discussão do *New Music Seminar*<sup>2</sup> de 1984, que incluiu, dentre outros artistas, James Brown, George Clinton e John Oates. No evento, ela falou do videoclipe como um meio de vincular o artista a um maior número de pessoas, especialmente o público jovem: “os vídeos musicais permitem atingir pessoas que não teriam a oportunidade de nos ver ao vivo. Eu penso então que eles são realmente um avanço. Os jovens de hoje em dia adoram televisão e eu acho que esse é um meio genial de alcançá-los”<sup>3</sup> A não unanimidade desta posição favorável aos clipes foi então demonstrada pela oposição de Oates, que fez declarações sobre a superioridade da fruição das canções no rádio e sobre seu incômodo pessoal de ter de atuar nos clipes. Lembrando do necessário investimento dramático requerido também pelas *performances* ao vivo, Madonna respondeu ao colega, descrevendo o videoclipe como apenas uma extensão da *performance* musical: “quando você está em um palco você desempenha um papel. Essa já é uma *performance* de ator. Qual é então a diferença quando se acrescenta uma câmera?”. Para muitos diretores e artistas musicais – que, como Madonna, também viriam a ter um desempenho autoral emblemático –, a entrada e investimento no campo do videoclipe foi assim derivada de uma pulsão artística, que parecia não caber mais nos limites dos formatos e formas de atuação primevos desses realizadores.

Que, na constituição inicial do campo do videoclipe, tenham prevalecido realizadores com atuação moldada/estruturada por convenções e expectativas artísticas tão diversificadas, foi algo indispensável para definição duradoura do formato como terreno de diferenciadas formas de experimentação artística, de diálogos prolíficos entre meios e produtos variados, além de alta taxa de renovação de tendências estéticas e tecnológicas. Oriunda de contíguas áreas performáticas e da produção audiovisual, a primeira leva de profissionais foi colocada à prova quanto à adaptabilidade de sua vivência, sua *expertise* e disposição para se afirmar

2 Uma convenção anual da indústria musical estadunidense iniciada nos anos 1980 e composta por debates, painéis, exposições e shows.

3 Esse trecho do debate foi apresentado em matéria da MTV estadunidense, que está disponível no Youtube <<http://www.youtube.com/watch?v=Fj1fSFNIZus>>

em um campo, que, em estágio emergente, demonstrava, de modo agudo, seu baixo grau de codificação de entrada, algo que Bourdieu – ao falar, em geral, do campo artístico – associou à indefinição de postos, à certa fluidez e pouca exigência de pré-requisitos de ingresso no campo, mas também à submissão dos artistas a marcados processos concorrenciais com regras a estabelecer ou cambiantes e, por isso, a futuros incertos e pouco previsíveis. (BOURDIEU, 1996) Uma tal permeabilidade precoce a todo tipo de intercâmbio profissional e técnico foi não somente determinante para as muitas ocasiões de marcado hibridismo estético em obras individuais, mas também acabou permanentemente inscrita nas regras de funcionamento próprio do campo de produção do videoclipe.

Em relatos como aqueles presentes na série televisiva documental *Video Killed the Radio Star* (Jim Parsons, 2010), alguns desses desbravadores rememoram um aprendizado gradativo conquistado em paralelo à feitura do clipe; daí, certa insegurança com relação aos resultados alcançados, além de uma disponibilidade para redirecionar ideias em pleno *set* de acordo com circunstâncias da produção ou do artista. Com pouco tempo disponível e orçamento limitado, as condições de realização algo improvisadas eram caracterizadas também pela ausência de dublês e, eventualmente, de permissões de filmagem ou de apólices de seguro.

A situação, no entanto, é louvada pelos realizadores como liberdade criativa: “no começo [referindo-se aos anos 1980s], eu tinha carta branca”, afirma Russell Mulcahy,<sup>4</sup> que vai aplicar sua experiência como editor televisivo na realização de alguns dos mais influentes clipes britânicos oitentistas. Assim, o empunhar das bandeiras da inventividade (“aprender fazendo”) e da criatividade esteve, desde cedo, associado à noção de que era necessário que o diretor mantivesse o controle da realização do clipe. O britânico David Mallet falou do seu trabalho, à época, como “sem planejamento, mas com disciplina”,<sup>5</sup> lembrando que a responsabilidade do diretor era enfatizada pelo fato de eles mesmos editarem os clipes e

4 Trecho de entrevista presente no DVD *Video Killed the Radio Star 01 – Legendary Music Video Director: Russell Mulcahy* (Coqueiro Verde, 2010)

5 Trecho de entrevista presente no DVD *Video Killed the Radio Star 02 – Legendary Music Video Director: David Mallet* (Coqueiro Verde, 2010)

dos produtos finais não serem, por exemplo, testados por *focus groups*.<sup>6</sup> Alterações nas obras finalizadas partiam, mais provavelmente, dos artistas musicais envolvidos do que de instâncias de *marketing*, o que mantinha as coisas no âmbito artístico.

Assim como Mulcahy ou Mallet, uma vez tornados diretores, músicos (como Kevin Godley e Lol Creme) ou fotógrafos (como Jean-Baptiste Mondino e Anton Corbijn) embora se mantivessem conscientes da função divulgatória dos clipes, não pareciam igualar a promoção de uma obra expressiva – canção ou álbum – com o estímulo à venda de mercadorias como carros, sabões ou cigarros, por exemplo. Os componentes visuais e sonoros do formato eram tidos como pertinentes à esfera da arte; foi essa a abordagem prevalente de pioneiros, como os supracitados profissionais, os quais – por permanecerem dedicados ao formato por anos – não apenas fizeram nome no campo do videoclipe, mas foram contribuintes efetivos para a autonomização deste contexto produtivo.

É conveniente lembrar ainda daqueles diretores com incursões apenas pontuais nos clipes, mas com bastante capital simbólico angariado em campos artísticos afins para dar a essa presença, mesmo ocasional, alguma relevância no processo de legitimação do campo do videoclipe, relativizando as acusações de formato puramente promocional. Arlindo Machado (2000) apresenta um elenco de realizadores nesta situação, como o cineasta experimental Robert Breer, os videoartistas William Wegman e Joan Logue, o artista plástico Robert Longo, o fotógrafo e cineasta Robert Frank, o artista de *media-dance* Charles Atlas, dentre outros. Importante sublinhar que a associação com estes nomes de peso parte de iniciativas de cantores e bandas, que já demonstravam a sensibilidade e o propósito de explorar as potencialidades artísticas do formato: na lista original de Machado, são recorrentes, por exemplo, os nomes do New Order e Sonic Youth.

No entanto, a redefinição sistemática da parceria entre diretores e artistas musicais não será estabelecida com diretores “passageiros”, mas sim com aqueles que, efetivamente, insistiram na direção de clipes.

6 Discussão qualitativa de produtos, envolvendo espectadores considerados o provável público-alvo da obra.

Tais colaborações – que sugerem a conveniência de se falar de autoria compartilhada no caso dos videoclipes – tiveram marcada importância para garantir não apenas a artisticidade/longevidade de obras videoclípicas singulares, mas talvez a própria sobrevivência do formato até os dias de hoje.

### INSTÂNCIAS VIDEOCLÍPICAS: COLABORAÇÕES E RELEVÂNCIA CONFIRMADA

Embora, inicialmente, os diretores fossem os condutores principais da produção e definição estética da maioria dos vídeos, a visibilidade deles decorrente era usufruída pelos cantores/as ou bandas, mesmo aqueles e aquelas que não haviam tido maior participação no processo. Desse modo, o sucesso de um diretor não era dado por popularidade junto ao público, mas pelo fato de continuarem sendo requisitados por *insiders*. Sua valorização partia então de contratadores diretamente envolvidos no processo de elaboração, ou seja, as gravadoras e os próprios artistas musicais. Além é claro, das produtoras independentes, que tinha todo o interesse em ter um elenco de diretores com trabalho atrativo. Mesmo na mídia, era bem mais comum que, para o bem ou para o mal, os clipes fossem discutidos como obras de responsabilidade dos artistas musicais e não de diretores (como é de costume, por exemplo, com os produtos cinematográficos).

O êxito da repetição de determinadas colaborações indicava o potencial para uma confluência de interesses entre diretores e artistas musicais. David Mallet foi descrito por Roger Medows-Taylor, baterista do Queen, como “o quinto integrante do grupo... um integrante do tipo mandão”.<sup>7</sup> No mesmo documentário, o diretor afirmou, “olhando para trás, os melhores vídeos que fiz foram aqueles, em que fui parte da história e não toda a história”. Mallet descreve, por exemplo, o trabalho com David Bowie como um jogo de enumeração de ideias de parte a parte, que iam se completando; fala ainda do *input* criativo de desenhos

7 Trecho de entrevista presente no DVD *Video Killed the Radio Star 02 – Legendary Music Video Director: David Mallet*. (COQUEIRO VERDE, 2010)

de Bob Geldof, vocalista do The Boomtown Rats, para a concepção de um dos clipes da banda.

É justamente quando – a partir de meados da década de 1980 – mais e mais músicos pleiteiam um maior aporte criativo nos clipes, que a tendência de parcerias parece fincar raízes no campo do videoclipe. Colocando-se em função de codireção ou envolvendo-se diretamente nas escolhas de produção ou no próprio financiamento dos clipes, os artistas musicais acabaram por se aliar à instância diretiva para fazer frente às pressões econômicas. Contar com esse apoio facilitava, para o diretor, negociar prazos ou orçamentos mais adequados de filmagem e finalização, assim como fez com que se tornassem mais comuns, em entrevistas com os artistas musicais, menções aos nomes dos diretores, o que pôde alargar o conhecimento do público a respeito deles. Estabelecida uma parceria de confiança entre as instâncias diretiva e performática, era possível também fundamentar marcas estilísticas de uma trajetória conjunta do diretor e do artista musical no decorrer do tempo.

É natural que artistas muito ciosos da construção de sua própria imagem quisessem se envolver, cada vez mais, com o formato, além da contribuição já oferecida pelo componente musical, de que eram, às vezes, também compositores e produtores. Na parceria com Mallet em mais de uma dúzia de clipes, David Bowie, por exemplo, codirigiu quatro obras, além de ter escrito a proposta/conceito de alguns deles.<sup>8</sup> Madonna, por sua vez, assumiu a produção de *Express Yourself* (David Fincher, 1989), inclusive completando, com seu próprio dinheiro, o orçamento milionário do clipe: a respeito desta obra, ela afirmou, “supervisionei tudo, a construção dos cenários, todos os figurinos; tive encontros com maquiadores, cabeleireiros, fotógrafo e elenco [...]”. (RANDALL, 1992, p. 117) A trajetória da cantora vai ser marcada por parcerias recorrentes com diferentes diretores, sendo algumas estendidas ao longo de sua carreira e outras concentradas em fases mais específicas. As mais significativas e premiadas, dentre elas, foram com o francês Jean-Baptiste Mondino (6 clipes), os estadunidenses Mary Lambert (5 clipes) e David Fincher (4 clipes) e o sueco Jonas Akerlund (4 clipes).

8 *Ashes to Ashes* (1980), *Let's Dance* (1983), *China Girl* (1983) e *Loving the Alien* (1985) foram realizados em co-direção.



Outra motivação para um músico tornar-se diretor está relacionada também a interesses e capital cultural localizáveis em outros âmbitos criativos. Esse foi o caso do escocês David Byrne, cuja passagem por escolas de design e arte pode ser aventada como um estímulo para seu início como diretor de clipes da banda Talking Heads, onde atuava como vocalista e compositor. Esse tipo de parceria videoclípica assumida com os próprios colegas de banda pode resultar até em virada profissional: o francês Michel Gondry, por exemplo, começou dirigindo clipes para o grupo Oui Oui, do qual era baterista, e acabou deixando a música para assumir completamente a função de diretor.

Além dos casos de confluência de afinidades entre as instâncias diretiva e performática, alguns movimentos de afirmação da relevância do formato videoclipe partiram dos próprios diretores. A princípio, pode-se imaginar, como um indicativo dessa valorização por parte dos diretores, a persistência na atividade de criação de clipes, ou seja, o fato de alguns deles não terem considerado o formato apenas como uma passagem para campos com maiores legitimidade e ganhos financeiros. Contudo, na maioria das vezes, a atividade de direção foi paralelamente desempenhada em campos contíguos de produção audiovisual, embora muitos veteranos continuem a ser primordialmente lembrados pelo seu trabalho no videoclipe.

Ainda assim, são sempre edificantes, no processo de autonomização do campo, posicionamentos que contribuam para a exclusão do videoclipe do lugar de membro desprivilegiado da produção audiovisual. Não são raras as manifestações favoráveis de diretores a respeito das possibilidades dos clipes, encarando-os como exercícios de maior cunho autoral, ou seja, de maior incidência de suas decisões e contribuições. O diretor e fotógrafo estadunidense Matthew Rolston declarou, por exemplo, haver maior flexibilidade na direção de vídeos musicais do que na de publicidade ou cinema, além disso ele definiu o trabalho nos clipes como “uma posição única, que é muito preciosa”. (SCHWARTZ, 2007, p. 66)

Em entrevista a *Cahiers du Cinéma*, o pioneiro Jean-Baptiste Mondino pareceu destacar, por sua vez, a instantaneidade de suas áreas de atuação (fotografia e videoclipe) como uma vantagem com relação à produção cinematográfica: “[...] o cinema de hoje está verdadeiramente

afastado da vida. É muito longo o tempo entre a ideia de um filme e sua concretização. Em dois anos, muda-se muito”. Adicionalmente, ao ser perguntado sobre projetos em cinema, o diretor afirmou, “[...] a vontade não é profunda. É preciso encontrar sua família. Não se faz cinema sozinho. Se trabalho com moda e com clipes, é porque tenho uma família”. (MONDINO, 1990, p. 89) Nessa inclinação criativa voltada para absorção rápida de tendências e para o trabalho cooperativo próximo (a escolha do termo “família” não é vã), Mondino demonstra um *habitus* particularmente ajustado à produção de clipes.

Falas da diretora britânica Sophie Müller trazem essa mesma impressão de uma inserção estimada e “confortável” ao contexto produtivo de clipes. Sua posição emblemática é marcada por diferentes motivos. Trata-se de uma realizadora consistentemente dedicada à elaboração de vídeos musicais (duas centenas deles), primeiro como editora e, de 1987 até hoje, também como diretora. Além disso, em sua relutância (já contornada) de migrar para outros segmentos da produção audiovisual, Müller explicitou um importante aspecto da trajetória de muitos diretores videoclípicos longevos, o respeito pelo componente musical do clipe, pela sua condição diferenciada de objeto artístico: “[...] eu tenho que estar apaixonada pelo trabalho para ele vir a ser bom. Gosto de ser parte de algo, ajudando a música de que gosto a fazer sucesso [...] não consigo me imaginar me sentindo da mesma maneira por um produto [...]”. (FEINEMAN; REISS, 2000, p. 183) Por fim, ela foi capaz de estabelecer significativas colaborações femininas com artistas como Annie Lennox, Sade Adu, Gwen Stefani, Shakira, Beyoncé, Björk, Lily Allen etc., sem se deixar limitar por esse importante viés de sua trajetória. Na discussão sobre as parcerias gestadas no campo do videoclipe, é interessante notar que – quando finalmente cedeu sua exclusividade videoclíptica para trabalhar com publicidade – Müller o fez para campanhas com cantoras, para quem já havia feito vídeos musicais.

A gradativa valorização do contexto produtivo de videoclipes não foi plasmada somente a partir de relevantes posições individuais. A profissionalização do campo segue avançando com a reunião dos agentes em grupos cada vez menos informais e, finalmente, em instituições especializadas. Diretores veteranos ou já bastante enfronhados no

campo passaram de contratados a contratadores, fundando produtoras com divisões específicas para clipes e, assim, estimulando toda uma nova geração de realizadores (o caso, por exemplo, da Propaganda Films, criada por Nigel Dick, David Fincher e outros).

Além disso, tanto os realizadores que se mantiveram na ativa quanto os emergentes tiveram um incremento marcante de sua visibilidade junto ao público, quando, logo no início dos anos 1990, seus nomes passaram a constar dos créditos dos videocliques exibidos nos canais especializados em música (a começar pela MTV estadunidense). Esse reconhecimento da importância dos diretores pelo meio televisivo passou, desse modo, a pautar o debate cultural e logo ficou estabelecido um, até então inédito, *who's who* do formato.

Na década seguinte, no início dos anos 2000, essa geração tomava iniciativas próprias de autopromoção. Surgem, finalmente, no mercado as primeiras coletâneas em DVDs organizadas a partir dos nomes de diretores; enquanto as coleções com base no trabalho de artistas musicais eram comuns desde a época do VHS. A série *Director's Label* (2004) – concebida por Michel Gondry, pelo estadunidense Spike Jonze e pelo britânico Chris Cunningham – é um bom demonstrativo da elite videoclíptica dos 1990: em edições separadas para cada criador, a coleção conta com trabalhos do estadunidense Mark Romanek, do britânico Jonathan Glazer, do francês Stéphane Sednaoui e do neerlandês Anton Corbijn, além, é claro, do três diretores idealizadores citados anteriormente. A coleção traz encartes e extras audiovisuais cuidadosos, constando de *making ofs*; *stills* de clipes; trechos de *storyboards*; exemplos de propostas escritas de clipes realizados ou não; entrevistas com diretores, equipes e artistas colaboradores; *directors cut* ou versões alternativas de clipes conhecidos e também outros tipos de obras como fotografias, comerciais e documentários. É facilmente discernível, na série *Directors Label*, o propósito de associar aos diretores contemplados a condição de autor, no sentido de detentor de uma obra, ou seja, de um conjunto significativo e relevante de produções perpassadas por alguma coerência.

Embora essa série de DVDs faça jus ao *status* alcançado pelos diretores mencionados, a seleção não contempla, com exceção de Anton

Corbijn, nem diretores das primeiras gerações de realizadores<sup>9</sup> nem nomes femininos (Mary Lambert, Sophie Müller e Floria Sigismondi seriam, por exemplo, escolhas mais do que adequadas). No fim das contas, a série *Directors Label* está bastante concentrada em egressos da finada Propaganda Films (Jonze, Romanek, Sednaoui, Glazer) e sua rede de relações, um evidente caso de capital social em uso no campo.

Em outro sentido, o acionamento desse tipo de capital é crucial para a concretização dessas coletâneas de obras de diretores ou qualquer tipo de utilização pretendida pelos diretores. Além de poder facilitar, aperfeiçoar ou complementar o trabalho de elaboração dos clipes, um bom relacionamento com as instâncias performáticas pode garantir não apenas suas simpáticas presenças nos extras dos DVDs, mas, em última instância, a própria liberação de uso das obras, uma vez que os direitos legais sobre elas não são dos diretores, mas das gravadoras e/ou artistas musicais, a depender de como os clipes foram financiados.

#### A AUTONOMIZAÇÃO DO CAMPO DO VIDEOCLIFE

Fica evidente, portanto, que mesmo as parcerias criativas e seus desdobramentos estão perpassados pelas inafastáveis, mas frequentemente contornáveis, pressões e ingerências da dimensão econômica na produção de vídeos musicais, que não são, contudo, impedimento para se falar de um campo do videoclipe suficientemente autônomo. Fosse assim, o que dizer de outros campos de produção audiovisual massiva, que – apesar de sua constituição mais antiga – continuam a experimentar a atuação destas forças sem deixar de ter reconhecida sua legitimidade como campo independente? Como foi visto na seleção anterior de momentos chave da história do contexto produtivo de clipes, intervenções efetivas das instâncias diretiva e performática destacam-se dentre as principais causas condutoras e cumulativas de uma autonomização em processo, durante o qual foi gestado um espaço de disputa específico do videoclipe.

9 Em 2010, a já mencionada *Video Killed the Radio Star*, uma coletânea de apresentação mais modesta do que a *Directors Label*, traz documentários sobre três veteranos do formato – Mulcahy, Mallet e o estadunidense Wayne Isham –, além, é claro, de uma parte de seus clipes.

A caracterização mais detalhada desse campo de produção não vai se deparar apenas com realizadores e suas instituições apoiadoras, reagindo, por exemplo, aos limites financeiros das gravadoras ou à imposição de censura por parte dos canais televisivos. Salvaguardar-se da interferência excessiva de campos externos não é, para tais agentes, uma função mais importante do que o cotidiano pôr em teste de seus modos peculiares de enxergar um jogo essencialmente concorrencial. Desde a concepção geral do que é um videoclipe até as particularidades derivadas da canção, gênero musical e/ou público, a atuação no campo implica comparações que, a todo momento, distinguem entre modos de fazer ultrapassados, já vistos (mas correntemente aceitáveis) e inovadores.

O campo do videoclipe acumula uma história, em que já se pode identificar inclusive a tendência à reflexividade, uma característica que Bourdieu tendia a considerar como típica de campos marcados por maior autonomia. Essa “[...] alusão à história interna [...]” (BOURDIEU, 1996, p. 121) ou “[...] espécie de volta crítica sobre si, sobre seu próprio princípio, seus próprios pressupostos [...]” (BOURDIEU, 1996, p. 273) tem manifestações diversas: 1) as declarações e esclarecimentos de realizadores já estabelecidos a respeito de sua carreira e projeto criador; 2) os comentários culturais a respeito do formato e a legitimação de certos videoclipes por parte de críticos, historiadores, analistas, 3) as práticas tanto de filiação quanto de recusa dos aspirantes ou novos produtores, que se deparam com um campo com todo um passado estilístico a dominar, além da 4) frequente presença de referências, citações e até derrisões a clipes e autores do passado em obras recentes. De qualquer modo, a reflexividade pode ser arrolada como mais um dado indicativo e apoiador de que o campo do videoclipe atingiu um suficiente grau de consolidação, que merece ser esmiuçado.

Prossegue-se advogando isso com base nas três condições de autonomização apontadas por Gisèleapiro (2005) em relação ao campo literário: corpo especializado de produtores, instâncias específicas de consagração e presença de um mercado para o formato. Novamente, isso será feito, sinalizando as funções proeminentes desempenhadas pelos diretores e artistas musicais neste campo.

As produtoras independentes do contexto norte-americano e europeu costumam ter profissionais e divisões específicos para a elaboração de clipes, embora muitas dessas empresas estejam dedicadas também a outros produtos audiovisuais ou multimídia. É peculiar ao contexto produtivo de clipes que as produtoras acumulem também a função de representar/agenciar os diretores. Acontece também de a busca de realizadores adequados para o projeto ter como principal critério uma lista com nomes de diretores e não de produtoras, a qual é definida pelo *video commissioner*, usualmente um encarregado *freelancer* contratado por gravadoras, empresários musicais ou artistas musicais. A escolha do diretor costuma resultar de uma concorrência entre as propostas videoclípicas desses pré-selecionados, havendo obviamente casos de diretores (prestigiados ou colaboradores anteriores do artista em questão) aos quais se dispensa tal processo. Quando acontece de um de seus representados ser escolhido, a empresa produtora garante para si a coordenação geral<sup>10</sup> do processo de elaboração do clipe. Isso dá uma ideia da importância da relevância e visibilidade dos diretores para atrair seus clientes.<sup>11</sup>

A estreita relação entre a instância performática e as gravadoras, assim como o papel de artistas musicais como contratadores das produtoras de videoclipes, não deve induzir à compreensão de suas atribuições como encerradas na dimensão financiadora do formato. Pelo contrário, historicamente, as oportunidades de pressão da gravadora – algo típico da linha de produção da cultura de massa – vêm sendo minimizadas pelos propósitos criativos de cantores e bandas. É preciso lembrar que o fato de a canção ser o primeiro elemento definido para o videoclipe já dá à instância performática algum grau de aporte criativo dianteiro no formato. Quanto mais são acumuladas, pelos artistas musicais, as fun-

10 As produtoras assumem contratualmente as responsabilidades legais e fiscais de entrega do material de acordo com a proposta acordada para o vídeo. (SCHWARTZ, 2007)

11 Há casos em que produtoras abrem mão de sua parte no orçamento ou até assumem parte do financiamento de projetos videoclípicos para permitir a um diretor agenciado mostrar suas habilidades, diversificar o seu currículo, tornando-o mais competitivo no mercado: “[...] isso acontece frequentemente quando a companhia está construindo a carreira de um diretor novo, menos conhecido[...]”. (SCHWARTZ, 2007, p. 87)

Em outros, elas apoiam um projeto pessoal de um diretor, que já tenha alguma verba inicial para o clipe, o que aconteceu na produção de baixo orçamento *Your Mama* (Joel Lava/Kennedy, 2005). Dentro da lógica particular do exemplo citado, o diretor escolheu o artista para o clipe, que gostaria de fazer.

ções de intérpretes, instrumentistas, compositores e/ou produtores da faixa escolhida, mais se aprofunda naturalmente a sua influência sobre o componente musical dos videoclipes.

No campo do videoclipe, a instância diretiva costuma ser a responsável pelo conceito inicial do projeto. Os diretores acumulam assim um papel de criação semelhante ao dos roteiristas de cinema, ainda que as propostas para os clipes sejam bem mais breves e possam até mesmo ter apresentação não escrita, mas sim visual, na forma de *storyboards* convencionais ou animados. (FRASER, 2005) Como os primeiros guias para a proposta do clipe são a faixa musical acompanhada de fotos e materiais gráficos correspondentes ao álbum divulgado ou à nova etapa da construção de imagem do cantor ou banda, fica evidente que a instância performática está bem presente nessa concepção.

62

Alguns diretores preocupam-se bastante em levar em consideração esse contributo musical. O estadunidense Chris Milk afirmou, por exemplo, “eu realmente tento e deixo a música e a narrativa ditar o estilo. Tento me afastar da ideia de impor uma marca estética pessoal em tudo – isso me parece autoindulgente. Você tem de servir a história, não a você mesmo. Meu trabalho de diretor é o de tentar e encontrar o estilo que melhor complementa a história [...]”. (HANSON, 2006, p. 74) Outras ocasiões de uma incidência maior dos cantores e bandas sobre o componente visual dos clipes podem ser percebidas nos casos em que os diretores optam por apropriações marcantes das representações midiaticamente disponíveis dos artistas musicais, incluem eventuais *insights* dos cantores e bandas ou mesmo filmam propostas por eles concebidas.

Adicionalmente, à medida que mais bandas e cantores incorporaram os videoclipes no seu projeto artístico-expressivo geral como ferramentas de construção e consolidação de imagens e perfis, houve uma tendência de que os artistas musicais pleiteassem maior controle sobre a produção do formato, o que significou, muitas vezes, assumir o seu financiamento. Passou-se assim do acompanhamento de todo o processo por parte das gravadoras, preocupadas com o cumprimento de prazos e a limitação de gastos, para o aumento da extensão de liberdade e, correlatamente, a responsabilidade dos artistas musicais, já que os gastos passam a ser dos próprios cantores ou bandas.

Em decorrência disso, os iniciantes procuram – com verbas a serem abatidas de seus próprios ganhos futuros – fazer clipes que chamem a atenção e sejam coerentes com seu trabalho; enquanto, os consagrados, utilizando os capitais simbólicos e econômicos acumulados, impõem-se vôos mais largos, porque os clipes passam a conter expectativas de confirmação de sua continuada relevância no mundo artístico. Frequentemente, os artistas musicais também exercem sua influência visual sobre os clipes, buscando controlar sua própria aparência nessas obras. Daí, vem a sugestão pessoal de nomes para as posições de coreógrafos, consultores de maquiagem e de figurino ou o trabalho próximo com profissionais dessas categorias escolhidos pelo diretor.

Após a concepção da proposta, a centralidade do papel do diretor volta a se manifestar justamente no seu envolvimento direto na definição da equipe criativa, assumindo a escolha de posições importantes como as do diretor de fotografia, do editor, do cenógrafo e diretor de arte. Isso facilita o estabelecimento de relações de maior proximidade e recorrência entre esses profissionais, além de aumentar as possibilidades de gerenciamento interno da instância diretiva. A importância dessa colaboração pode ser percebida inclusive no processo concorrencial prévio à contratação do diretor: “[...] ao mostrar o conjunto do trabalho de um diretor a um cliente em potencial, [seu] representante pode sublinhar a presença de alguns profissionais na equipe do diretor [...] que sejam considerados ases em suas funções [...]”. (SCHWARTZ, 2007, p. 45)

Outras circunstâncias favoráveis à proeminência da instância diretiva dos videoclipes têm igualmente origens contextuais. O tamanho moderado das equipes, o tempo relativamente curto de produção e os orçamentos mais modestos em comparação ao de outros produtos midiáticos são características que dão ampla possibilidade de controle para um diretor de clipes. Apesar da qualidade de recursos e materiais investidos nos videoclipes ser semelhante àqueles da TV e do cinema, a elaboração desses produtos compactos necessita de uma menor envergadura de investimentos de tempo e mesmo de quantidade de recursos financeiros, materiais e humanos. Desse modo, mesmo vinculada a interesses comerciais, esse tipo de organização da produção de videoclipes acabou fomentando o surgimento e destaque de diretores com um grau



de liberdade criativa, que se assume não estar frequentemente presente, por exemplo, nos investimentos de grande monta da indústria televisiva ou na indústria cinematográfica.

Estudiosos do formato, como Carol Vernallis, sinalizaram essa maior liberdade e controle criativo como o motivo de sua percepção da condição dos diretores como autores:

Quero afirmar que a voz do diretor pode desempenhar um papel fundamental no processo de produção de vídeos [...] muitos [diretores] caracterizam o vídeo musical como um lugar de experimentação, divertimento e relativa realização estética. Essa caracterização vem parcialmente do fato de o diretor de um vídeo musical poder supervisionar e participar de cada fase de seu planejamento, produção e pós-produção: diferente do diretor de filmes ou comerciais, um *videomaker* pode desenvolver o conceito, determinar uma verba, criar um *storyboard*, buscar locações, escolher atores e objetos de cena, atuar na fotografia e editar o material filmado. (VERNALLIS, 2004, p. 91)

Além disso, essas equipes definidas e capitaneadas pelos diretores estão inseridas em um contexto produtivo intensamente voltado para a experimentação. Como produto de curta duração e de frequente inclinação para a não narratividade e espetacularização, o videoclipe coloca-se como plataforma ideal para testes de efeitos especiais e programas de pós-produção, cujo impacto e receptividade são antecipados com relação a investidas mais custosas no cinema, por exemplo.

Outro ponto em prol da inovação criativa dos cliques é a celeridade de suas fases de pré-produção, filmagem e pós-produção, sendo que “um típico prazo desde o envio da faixa para o diretor em potencial até o vídeo terminado pode ser tão curto quanto cinco semanas [...]”. (FRASER, 2005, p. 39) Desse modo, os videoclipes estabeleceram-se também como veículos imediatos das mais recentes tendências da música, dança e moda, uma vez que – no breve intervalo entre o início de sua concepção e o seu lançamento – mesmo as mais efêmeras tendências continuarão seguramente vigorando.

Algo que, definitivamente, não vem se mostrando fugaz é a consagração – engendrada inclusive em campos culturais contíguos – tanto

de obras individuais quanto de trajetórias de realizadores videoclípicos. Os primeiros modos de entronização específicos para vídeos musicais foram as premiações,<sup>12</sup> as quais, como são anuais, estão voltadas para a produção mais recente do formato. Procurando se mostrar abertas às tendências mais atuais, essas premiações oferecem brechas para o reconhecimento de jovens emergentes. Nesses eventos, a definição das categorias costuma variar com o tempo: ora são enfatizados prêmios divididos pelo gênero musical, a que pertence a canção do clipe, ora são ressaltadas as diferentes funções profissionais neles envolvidos ou ainda as técnicas e estilos adotados. Vistas em uma perspectiva histórica, tais mudanças são um bom indicativo da flutuação do destaque de diferentes instâncias videoclípicas durante a constituição do campo.

Um modo que se pretende baseado em tendências mais consolidadas do campo é a elaboração das listas de “melhores do videoclipe”,<sup>13</sup> cujo evidente propósito de afirmar um cânone para o formato baseia-se, naturalmente, na trajetória daqueles profissionais com continuidade de atuação no campo. O interessante é que, dada a contemporaneidade do clipe, tanto as premiações quanto as listas contaram, parcialmente, com o aval do público, que pôde participar votando através dos meios disponíveis a cada época (centrais de telefone, mensagens de texto, navegação na internet). A popularidade aparece assim como parte relevante do reconhecimento geral dos realizadores de clipes.

Os grupos e instituições prontos a afirmar o valor dos videoclipes diversificaram-se a ponto de incluir não apenas os já esperados canais televisivos especializados e imprensa musical (inclusive com publicações

12 Já na década de 1980, havia começado algumas premiações de canais especializados, como a MTV (Video Music Awards, 1984) e MuchMusic (1987), e da indústria musical, o caso da categoria para clipes do Grammy Awards (1984). A partir da década seguinte, essas premiações proliferaram-se e espalham-se pelo mundo: Billboard Music Video Awards (1990), MVPA Awards (Music Video Production Association, 1992), MTV Europe Video Awards (1994), MTV/VMB Video Music Brasil (1995), Clio Awards (festival de publicidade com categoria para clipes desde 1995), Music Vision Awards/ Creative and Design Awards (das revistas Music Week e Promo, 1998), MTV Video Music Awards Latin America (2003) e UK Music Video Awards (do British Film Institut, 2008).

13 Como, por exemplo, *Rolling Stone: The 100 Top Music Videos* (1993), *MTV: 100 Greatest Music Videos Ever Made* (1999), *VH1: 100 Greatest Videos* (2001), *Slant Magazine: 100 Greatest Music Videos* (2003), *MTV Base – Top 100 Greatest Video Ever!* (2008) com uma lista de videoclipes ligados aos gêneros musicais *rap*, *hip-hop* e *R&B* e *MTV Two – Top 100 Greatest Video Ever* (2008) com uma série de videoclipes ligados ao rock alternativo.

sobre clipes), mas também eventos de publicidade e instituições tradicionais, como museus.<sup>14</sup> São também organizadas, em museus e festivais específicos, retrospectivas temáticas em homenagem a diretores ou artistas musicais.<sup>15</sup>

No processo de autonomização do campo do videoclipe é importante falar também de uma organização como a Music Video Production Association (MVPA), sediada em nos EUA, que representa “empresas de produção e pós-produção de vídeos musicais, assim como profissionais – editores, diretores, produtores, diretores de fotografia, coreógrafos, supervisores de *scripts*, responsáveis por animação digital e maquiadores”.<sup>16</sup> A MVPA é uma instituição sem fins lucrativos, que organiza ainda uma premiação – cujas categorias contemplam todos as funções acima listadas – e mostras anuais direcionadas a videoclipes, inclusive experimentais.

A consagração de um realizador dá-lhe mais relevância na defesa da especificidade e autonomia do contexto produtivo em que está inserido, porque o imbuído do poder de representante bem sucedido no processo concorrencial de seu próprio campo, estimulando seus propósitos de controlar a gestão artística de sua obra e reagir às pressões vindas de campos exógenos. No campo do videoclipe, diretores, cantores e bandas reconhecidos como autores podem, por exemplo, colocar-se contra a inclinação das gravadoras por fórmulas de sucesso, geralmente ligadas à cristalização de idéias pré-concebidas sobre como deve ser um clipe correspondente a certos gêneros musicais.

Com relação ao meio televisivo, os realizadores precisam estar atentos a tentativas de censura das emissoras, que se direcionam, principalmente, à exibição de violência, identidades e orientações sexuais não majoritárias e de tematização política ou religiosa mais incisiva.<sup>17</sup> Além de variáveis a

14 O MoMa de Nova Iorque, por exemplo, possui uma coleção permanente.

15 Dentre os festivais, é possível citar o Resfest (1996) – evento itinerante da Res Magazine, que já teve 10 edições, inclusive no Brasil –, o Festival International des Arts du Clip (2004) e o Los Angeles Music Video Festival (2011).

16 Disponível em: <<http://www.mvpa.com>>

17 Várias obras tiveram sua exibição restrita a horários noturnos da programação ou foram simplesmente banidas de alguns canais televisivos estadunidenses e europeus, sendo diversificados os motivos alegados para isso. *Justify My Love* (Jean-Baptiste Mondino/Madonna, 1990), *Erotica* (Fabian Baron/Madonna, 1992), *Filthy/Gorgeous* (John Cameron Mitchell/ Scissor Sisters, 2005) e *Juicebox* (Michael Palmieri/The Strokes, 2005) foram censurados por seu conteúdo erótico e exibição de práticas sexuais

depende do contexto sócio-político geral, no qual a emissora está inserida, e da própria regulamentação de cada empresa, casos de censura videoclípica vêm sendo contornados pelos realizadores ao aproveitar brechas criadas pela concorrência entre os canais televisivos (o que um rejeita, pode ser veiculado com fanfarra por outro), através de vendas diretas ao espectador e – também com o auxílio dos fãs – através da veiculação e divulgação dos cliques na internet.

A indústria do cinema pode também aparecer como um contexto externo que pressiona o campo do videoclipe, algo especialmente evidente nos cliques para canções de filmes. Neles, os estúdios tendem a privilegiar a função divulgatória, intercedendo pela presença de várias cenas dos filmes em questão.<sup>18</sup> Contudo, alguns realizadores resistem a esse caminho mais óbvio, acabando por criar obras que recontextualizam as imagens fílmicas a favor da trama e conceito próprios do clipe (a exemplo de *Deadweight: Michel Gondry/Beck*, 1997) ou colocam o artista musical como protagonista de ações, que, mesmo tendo sido influenciadas pelo filme, são exclusivas do videoclipe, como em *Die Another Day: Traktor/Madonna*, 2002.<sup>19</sup>

Nessa relação com outros contextos produtivos, evidenciam-se alguns realizadores de videoclipes que acolhem à interconexão estética do formato com obras expressivas afins, mas resistem às ingerências eco-

---

alternativas. No caso de *Juicebox*, o diretor fez críticas severas à resolução da MTV estadunidense e exigiu que uma versão cortada não trouxesse seu nome nos créditos. *Smack My Bitch Up* (Jonas Akerlund/Prodigy, 1997) foi banido por sua suposta misoginia e exibição de uso de drogas. *My Favourite Game* (Jonas Akerlund/The Cardigans, 1998) por estimular o comportamento irresponsável no trânsito. *Army of Me* (Michel Gondry/ Björk, 1995) por trazer um atentado à bomba como parte de sua trama fantasiosa. A censura a *What It Feels Like for a Girl* (Guy Ritchie/Madonna, 2000) pela MTV norte-americana (não seguida pela europeia) foi justificada pela trama que trazia a protagonista burlando a lei e agindo violentamente. As cenas do clipe seguem, no entanto, o estilo dos filmes de ação tão populares e exibidos continuamente no cinema e TV. Ironicamente, a letra da canção trata das desigualdades de tratamento recebido por homens e mulheres na sociedade, algo que a censura estadunidense ao clipe parece confirmar. Aproveitando a polêmica, Madonna lançou – como fez pioneiramente com *Justify My Love* – o videoclipe-*single* de *What It Feels Like for a Girl*.

18 Nesses casos, Lara M. Schwartz sinaliza o papel ativo dos departamentos musicais (“*soundtrack department*”) dos estúdios de cinema na criação do videoclipe. A liberação do material fílmico, que fará parte da composição de muitos desses cliques, é feita inclusive através destes departamentos (SCHWARTZ, 2007, p. 42)

19 O videoclipe *Die Another Day* trata-se de uma tentativa (comercial e simbolicamente bem sucedida) de associar a grife James Bond com o destaque e poder musicais de Madonna. A construção visual do clipe faz apelo à memória (ou à sede de pesquisa) do espectador, homenageando vários momentos da série 007 através de referências a personagens (vilões e *bond girls*), figurinos e acessórios utilizados pelo espião e seus inimigos. A cantora, no entanto, afirma-se como a heroína de ação do clipe.

nômicas que, perpassando a grande produção, são realmente capazes de limitar seu grau de intervenção criativa. Para William Earle, o próprio fato de surgirem reclamações de alguns realizadores de um determinado campo artístico quanto à presença em seu interior de fatores externos, especialmente econômicos, já é um sinal de sua participação na contínua luta por autonomia do seu contexto produtivo, pela “[...] real, embora limitada, separação funcional de seu *champ* [...]”. (EARLE, 1999, p. 181)

### NOVOS RUMOS DO CAMPO DO VIDEOCLÍPE

68

Paralelamente à confirmação da importância do videoclipe como peça promocional e obra artístico-expressiva, houve não apenas uma diversificação das convenções e estilos do formato, mas também de seus tipos de público. O meio televisivo – espaço tradicional de veiculação dos clipes – respondeu a essa diversidade através da criação de canais, que atendessem à variedade de gêneros musicais, de faixas etárias e até de interesses derivados da constituição étnico-cultural do público.<sup>20</sup> No entanto, encurtando uma história longa, essa gradual diferenciação dos canais especializados – muitos deles disponíveis apenas por assinatura – não pode ser equiparável ao impacto causado pela veiculação dos videoclipes na internet.

É possível dizer que o advento e popularização, a partir da segunda metade dos anos 2000, dos *sites* de compartilhamento de vídeo – a exemplo do Vimeo e do YouTube – transformaram a internet não apenas no ambiente ideal para os clipes, mas naquele que representa uma efetiva liberação com relação ao campo televisivo. As vantagens em termos de variedade, alcance e democratização são flagrantes, bastando juntar a possibilidade

20 Além da proliferação das franquias regionais da MTV e do surgimento de canais concorrentes em moldes semelhantes (o canadense Muchmusic em 1984, o francês MCM em 1989 etc.), existem vários exemplos da diversificação desses canais especializados. Embora não apenas voltada para a música, a Black Entertainment Television (BET, 1980) foi importante para furar o bloqueio inicial da MTV estadunidense a artistas negros. A VH1 (1985) buscou atender a um público mais velho do que o da MTV. Como está evidente em seu nome, a Country Music Television (CMT, 1983) concentra-se em um gênero musical específico. Fora dos EUA, a MTV também disponibiliza canais voltados a gêneros musicais específicos, como MTV Rocks (chamado de M2 em 1998, rock alternativo), MTV Base (1999, R&B e *hip-hop*), e MTV Dance (2001, música eletrônica).

de os usuários fazerem o *upload* dos clipes<sup>21</sup> de seu interesse, criando um acervo histórico vastíssimo, a um novo modo de apreciação das obras, que passa a ser delimitada apenas pela própria vontade do internauta. Isso sem falar na geração de visibilidade e promoção da música e dos artistas através do compartilhamento desses vídeos nas redes sociais e *blogs*. Tal emancipação não foi porém marcada por rompimento com a TV, uma vez que continua – com interesse e êxito – a veiculação tradicional nos canais televisivos. Contudo, pensando-se em termos de autonomização do campo do videoclipe, é salutar que o vínculo com a televisão não tenha mais o antigo caráter de necessidade, de indispensabilidade.

A efetiva utilização de toda essa potencialidade pode, mais do que ocasionalmente, esbarrar nas ingerências de uma indústria musical respondendo ao arrefecimento do mercado decorrente da disseminada pirataria de seus produtos tradicionais, *singles* e álbuns.<sup>22</sup> Além da redução de verba e do aumento do envolvimento corporativo na produção de clipes, a inabilidade das gravadoras em lidar com o impacto da internet em seus negócios traz à baila a questão dos direitos legais dos vídeos, criando atritos com os artistas musicais.

Com o propósito de resumir essa questão e de retomar a discussão sobre a autoria no videoclipe, toma-se o representativo caso da banda estadunidense Ok Go. Em 2006, o moderado êxito da banda foi alavancado pela imensa popularidade do vídeo para a canção *Here It Goes Again*, que havia sido “jogado” pelos músicos no YouTube e replicado exponencialmente em vários *sites*. Seguindo o espírito “faça-você-mesmo”, o clipe traz a filmagem com câmera fixa de uma elaborada coreografia executada pelos integrantes da banda em esteiras de corrida. A ideia simples e de baixíssimo orçamento foi concebida, dirigida e realizada pelos integrantes da banda e pela coreógrafa Trish Sie sem a participação da

21 Os vídeos estiveram entre os primeiros e mais frequentes produtos audiovisuais incluídos nos *sites* de compartilhamento. As razões para isso são encontradas não apenas em sua popularidade e atratividade. Adicionalmente, o fato de os clipes serem autossuficientes e de curta duração facilitava o *upload* da obra completa em arquivo não pesado; tudo em conformidade com as limitações técnicas iniciais desses *sites*.

22 Em consequência, a produção de clipes viabilizada pelas gravadoras passou por uma burocratização que envolve – somente para a liberação do início de filmagem – a participação de vários funcionários em diferentes níveis da companhia, além da necessária aprovação de altas instâncias no caso de projetos de maior monta. (FRASER, 2005, p. 39)

gravadora, a EMI. Tendo recebido o Grammy 2007 para vídeo musical e YouTube Award para vídeo mais criativo, o consagrado *Here It Goes Again* influenciou a banda a seguir moldes semelhantes de criação no formato e rendeu bastante para a EMI.

Isso não evitou que, em 2010, a gravadora desabilitasse a função que permitia que clipes da Ok Go e de outros artistas com muitos acessos no YouTube fossem incorporados em *sites* e *blogs* multiplicadores externos. Por contrato, a gravadora só é remunerada pelas apreciações feitas diretamente no site original, sendo que a medida visava garantir isso. A reação dos integrantes da banda é bem representativa dos embates entre instâncias criativas e comerciais. Através de entrevistas, artigos e de um comunicado no *site* oficial da banda, a Ok Go criticou publicamente a EMI, apontando seu imenso erro estratégico. Damian Kulash Jr., um dos integrantes, chegou a escrever, no New York Times, um artigo intitulado *WhoseTube?*,<sup>23</sup> onde afirmou:

Minha banda é famosa pelos seus vídeos musicais. Nós mesmos os dirigimos com a ajuda de amigos, nós os filmamos com orçamentos apertados e, como nossas canções, álbuns e shows, nós os consideramos como trabalhos criativos e não como ferramentas de marketing de nossa gravadora [...] Nesses tempos apertados, não é surpresa que a EMI queira espremer dividendos de tudo que fazemos, incluindo nossos vídeos. Contudo, ela precisa reconhecer os mecanismos básicos da internet. Restringir a disseminação viral dos vídeos não está, no final das contas, beneficiando a companhia, ou a música que eles apoiam. Quanto mais cedo as gravadoras entenderem isso, melhor – embora eu tema que já possa ser muito tarde. (KULASH JÚNIOR, 2010)

Pouco tempo depois, a Ok Go rompeu com a gravadora, partindo para produção independente com uma empresa própria. Tem-se assim uma instância performática, cuja exemplaridade autoral é marcada pelo aproveitamento de novas oportunidades de produção e veiculação disponíveis no campo, pelo acúmulo de funções na realização como forma de garantir o controle criativo e pela resistência – no discurso e na prática – contra ingerências de instâncias econômicas consideradas excessivas e ultrapassadas.

23 Disponível em: <[http://www.nytimes.com/2010/02/20/opinion/20kulash.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2010/02/20/opinion/20kulash.html?_r=0)>.

Outras mudanças advindas da internet geraram tensões também na relação com a instância diretiva. As significativas vendas de versões digitais de videoclipes individuais intensificou uma questão já colocada desde as coletâneas em DVD: com a extensão dos clipes de ferramentas promocionais a um produto audiovisual largamente adquirível, os diretores começaram a reclamar seu quinhão nesses lucros de venda e difusão midiática. Em 2005, um grupo chamado Music Video Directors Alliance chegou a lançar uma petição *on-line*, solicitando modificações nas atuais regras contratuais. Por conta do temor de represálias, os nomes dos signatários estiveram disponíveis apenas para membros do sindicato estadunidense da categoria, algo que certamente diminuiu a repercussão da iniciativa. Dentre os diretores bem estabelecidos no formato, um dos poucos a se manifestar claramente a favor foi Stéphane Sednaoui.<sup>24</sup> Essa mobilização – em curso e sem resultados concretos – além de claramente redirecionar a pressão financeira partindo, dessa vez, dos diretores para o campo econômico, pode ser vista ainda como uma tentativa de valorização de um aporte criativo, cada vez mais desejável na lógica de consumo massiva.

Além dessas questões propriamente financeiras – que confirmam a constituição e desenrolar do campo como um espaço de disputas –, é possível também relacionar os novos rumos do videoclipe a novas tendências estético-criativas, também elas com repercussão sobre os modos de se pensar a autoria no formato.

Embora tais percalços devam ser seriamente encarados, é pouco provável que realizadores – artistas musicais ou diretores – enxerguem a situação atual como nada menos do que criativamente alvissareira. Os *sites* de compartilhamento são efetivamente uma grande vitrine para profissionais ainda não incluídos no mercado audiovisual, os quais são estimulados não somente pelas possibilidades da internet, mas também pelo barateamento de equipamentos e *softwares* digitais de filmagem e edição. Não é difícil encontrar, na rede, videoclipes com boa qualidade de produção, mostrando artistas sem contrato com gravadoras ou lançados

24 Disponível em: < <http://www.studiodaily.com/2006/01/music-video-directors-get-their-ipods-in-a-bunch-over-itunes-sales/> >



por selos diminutos. Em perfis/canais específicos no YouTube – que podem ser criados, aberta e descomplicadamente, por qualquer usuário –, essas bandas ou cantoras/es exibem seus talentos em clipes com canções originais, apresentações ao vivo ou filmagens em estúdio; com animações; com *covers* ou releituras respeitáveis de *hits* e até com paródias de canções e, não raro, dos correspondentes videoclipes originais. Todo esse arsenal está submetido, no entanto, a uma concorrência extremamente acirrada, uma vez que os clipes não competem somente entre si, mas com uma variedade imensa de vídeos de toda espécie, inclusive as muito atraentes bizarrices.

Eventualmente, surgem ainda oportunidades para diferentes graus de contribuição dos internautas na criação de videoclipes para artistas musicais já estabelecidos. Há, por exemplo, o caso da promoção de concursos, nos quais realizadores são instados a enviar propostas de conceitos ou trabalhos já prontos para canções previamente determinadas ou não. O videoclipe *Innocence* (Fred & Annabelle/Björk, 2007) surgiu de uma parceria entre a cantora islandesa e os ganhadores de um concurso desse tipo.<sup>25</sup> A banda britânica Keane, por outro lado, promoveu o relançamento, em edição especial, do seu primeiro álbum, estimulando os fãs a criarem clipes para aquelas canções, que não haviam tido anteriormente correspondentes videoclípicos oficiais. Os artistas usam seus *sites* oficiais para divulgar tais iniciativas e para fazer o lançamento dos trabalhos selecionados.

Outra tendência crescente é a de envolver o público na organização interna do clipe através de diferentes formas de participação e graus de interatividade. Há os casos de *crowd-sourcing*, em que são incorporadas ao videoclipe contribuições de imagens de internautas/fãs. O envio destas pode ter um prazo determinado, ao qual se segue a finalização da obra (*Can I Get Get Get*: Jeppe Laurssen & Umberto Flores/Junior Senior, 2006) ou pode ser mantida indefinidamente, como na incorporação constante de contribuições característica dos videoclipes considerados obras em curso, como o pioneiro *More is Less* (Roel Wouters & Jonathan

25 Provando que uma iniciativa dessas pode ser capaz de estimular a inclusão de novos realizadores videoclípicos, a dupla Fred & Annabelle segue responsável pelo componente visual de um coletivo musical francês chamado Chinese Man.

Puckey/C-mon and Kypski, 2010).<sup>26</sup> Em certos clipes, o espectador pode interferir no andamento, utilizando o *mouse* ou a *webcam* (*Dark Bubbles: Radical Friend/Black Moth Super Rainbow*, 2009). Em outros, tem-se acesso a aplicativos que permitem a reedição da obra (*Skip the Rope: Tom Willen/Das Pop*, 2011) ou ainda são oferecidas opções quanto aos desdobramentos da trama ou tipo de performance do artista: como, por exemplo, *I've Seen Enough* (Sam Jones/Cold War Kids, 2009), no qual se pode escolher entre quatro *performances* da mesma canção com arranjos seguindo convenções de diferentes estilos ou gêneros musicais.

Obviamente, as ferramentas internéticas e suas redes sociais também foram utilizadas com resultados interessantes. Considerado como a extensão do videoclipe para internet, *The Wilderness Downtown/We Used to Wait* (2010) é uma obra interativa escrita e dirigida por Chris Milk para música do Arcade Fire. Trata-se de um jogo de janelas *pop-up*, que, em certo momento, incorporam imagens, obtidas pelo Google Earth, de um endereço solicitado no início da navegação: a sugestão de que se coloque a moradia da infância do espectador busca maximizar o apelo emocional do clipe interativo. Há ainda obras em curso que exibem mensagens enviadas pelo Twitter (*Don't Fucking Tell Me What to Do: Mary Fagot/Robyn*, 2010) ou aquelas que, através de um *login* inicial no Facebook, incorporam as fotos e informações do internauta na narrativa do videoclipe, colocando o espectador e pessoas de sua rede de relações como personagens (o precursor *White Doves: Miles Jay/Young Empires*, 2012, e *C.L.U.B: fourclops/MNDR*, 2012).

O propósito confesso de muitos desses e de outros realizadores emergentes é o de expandir o formato, libertando-se da moldura imposta pela veiculação televisiva. Em entrevista para o canal The Creators Project do YouTube,<sup>27</sup> Chris Milk afirmou a esse respeito, “amo os videoclipes, mas eles vem sendo feitos de um jeito específico há 25 anos. E eu estou realmente interessado em idealizar nova tecnologia que conte histórias de maneiras diferentes daquelas como elas foram contadas no passado”.

26 Por ocasião da feitura desse artigo, o acesso ao site do clipe (<http://oneframeoffame.com/>) apontava a contribuição de 38.593 pessoas.

27 Vídeo com a entrevista disponível em <<http://www.thecreatorsproject.com/en-uk/creators/arcade-fire-and-chris-milk>>.

Tendo sua concepção guiada por atitudes e propósitos desse tipo, muitas das obras supracitadas só podem ser apreciadas na internet, enquanto outras têm versões finalizadas passíveis de serem veiculadas em outros meios.<sup>28</sup>

O surgimento dessas alternativas é acompanhado pela crescente introdução de jargão técnico nas explicações e comentários sobre as obras, desde a menção aos aplicativos em Flash utilizados no primeiro videoclipe interativo, *Neon Bible* (Vincent Morriset/Arcade Fire, 2007), à linguagem HTML5 trabalhada pelo Google para viabilizar a impressionante jornada emocional de *The Wilderness Downtown*. Para a concepção e implementação da proposta do clipe, as obras precisam contar, portanto, com realizadores com intimidade e/ou formação técnica em programação de *software*, pós-produção, computação gráfica e efeitos especiais. Desse modo, deve-se começar a considerar, no enfoque do desempenho autoral, o fato de novas funções profissionais tenderem a alcançar uma proeminência inaudita no formato.

Embora as novas perspectivas coadunem-se com o enquadramento aqui proposto da autoria nos videoclipes como autoria coletiva ou partilhada, elas o fazem de modo certamente instigante. A especialização de funções exigida pelas tecnologias definidoras dessa leva contemporânea de clipes poderia tornar mais complicada o discernimento e a visibilidade das instâncias autorais mais relevantes. É preciso, no entanto, relembrar que – ao tratar da definição dos estados de um campo – a abordagem bourdieusiana dá relevância não apenas à atuação de agentes individuais, mas também às alianças e dissidências manifestadas nos grupos, de que participam, e ainda às instituições, que – da formação à consagração de agentes – sedimentam especificidades gestadas, reproduzidas e incorporadas no próprio contexto em questão. Sendo assim, a realidade de postos extremamente atomizados nas empresas de animação, arte digital e

28 Essa crescente tendência vai confirmando o prognóstico do diretor estadunidense Matthew Cullen na revista *Wired* <[http://www.wired.com/entertainment/music/magazine/16-10/pl\\_music](http://www.wired.com/entertainment/music/magazine/16-10/pl_music)>: “a Web é o novo lar para o videoclipe. A MTV tornou-se algo a ser pensado depois”. Emblematicamente, Cullen consagrou-se, nas premiações da MTV e do Grammy, com *Pork and Beans* (2008), um videoclipe que – ao misturar os integrantes da banda Weezer a um elenco de semi-celebridades gestadas no YouTube – trata, de modo metalinguístico, da relação do formato com esse novo ambiente de veiculação e consumo.

efeitos especiais não impede de se pensar em destaque e marcas autorais, tomando-se as próprias empresas como norte.<sup>29</sup>

Isso foi feito, por exemplo, na organização da coletânea *Visual Rocks – The Heart of Music Video* (2006). Nesse DVD/libreto, é traçado um panorama, em que as empresas fazem o amálgama de habilidades multidisciplinares em um trabalho conjunto, por vezes, virtual, uma vez que os indivíduos sequer precisam viver na mesma cidade ou país. Nas descrições breves da atuação de empresas como 1st Ave Machine, Nylon Motion, Caviar, Leftchannel, Motion Theory etc., fica evidente que o propósito de muitas delas não é o de ficar restrita a determinadas e bem específicas etapas da produção de clipes, mas sim o de controlar desde a concepção até a finalização, o que, tendo sido alcançado por algumas, é claramente um motivo de orgulho. Trabalhos ancorados no digital podem ser desenvolvidos sem que a equipe nem mesmo encontre o artista musical (*Cish Cash: Pleix/Basement Jaxx*, 2004).<sup>30</sup> Contudo, esse distanciamento não implica afastamento definitivo da instância performática da concepção do clipe.<sup>31</sup>

No fim das contas, o que se percebe é que – mesmo em contextos com exigências e subdivisões técnicas particularmente realçadas –, continua sendo possível destacar o papel de certas funções no gerenciamento de todo o processo. É desse modo que a figura do diretor criativo aparece, nesse tipo de produção, como equivalente ou complementar a do diretor nos moldes tradicionais. Além disso, em muitas obras, a importância da instância diretiva convencional é reinstituída pela integração de *live action* com imagens gerados por computador.

Vem-se assistindo ainda, no formato videoclipe, a ocupação da figura do diretor por coletivos de criação, grupos com variado número de integrantes que respondem em conjunto pela obra, a exemplo de Shilo,

29 De certo modo, assemelhando-se a tentativas de afirmação observáveis no campo da publicidade, para o qual as empresas mencionadas também costumam trabalhar.

30 Informação presente em HANSON (2006, p. 110).

31 Além de estarem envolvidos, junto com empresários e gravadoras, na aprovação final do clipe, os artistas continuam a interferir no processo seja submetendo suas próprias ideias de design e animação (como fez Max Hart, cantor da High Speed Scene, no clipe de animação *Fuck N' Spend* realizado, em 2003, pela Nylon Motion) ou sendo, nos híbridos de arte digital e *live action*, o principal definidor de sua própria *performance* (como em *Get Together*: Logan/Madonna, 2006).

Faile, Traktor, Logan, Pleix, Brand New School, MK12 etc. Embora, às vezes, esses coletivos pareçam cercados de um aura de artisticidade maior do que, por exemplo, as empresas – estabelecendo respectivamente os polos da dicotomia grifes criativas/prestadoras de serviços –, eles podem se organizar justamente a partir de pretensões criativas surgidas em meio à hierarquia empresarial. Há, claro, aqueles de origem independente; contudo, sua inserção no campo pode ser bastante favorecida pela sua vinculação às produtoras ao menos como agenciados. A introdução dos mais recentes desdobramentos técnico-expressivos e o surgimento de arranjos renovados de colaboração seguem assim uma lógica não de superação de outras possibilidades estéticas ou de realização, mas de concomitância com princípios e fundamentos já bem estabelecidos no campo do videoclipe.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proeminência autoral na produção cultural massiva é menos reflexo de um radical rompimento com instâncias comerciais/industriais e mais fruto da disposição para entrar em um jogo que, se sabe de antemão, depende de sagacidade para contornar pressões. No campo do videoclipe, a liberdade de um realizador – cantoras/es, bandas ou diretores (singulares ou em grupo) – é sempre acordada: os moldes para realização dessa negociação e as diversas instâncias nela envolvidas foram elencados e analisados aqui mesmo neste texto. Dessa argumentação voltada para a caracterização do campo e das trajetórias de seus realizadores, foram depreendidos certos parâmetros de atuação diferenciada de alguns desses profissionais: 1) recorrente demonstração de perspicácia para a produção expressiva em questão; 2) marcada capacidade de acionar, na sua prática, as possibilidades disponíveis no campo; 3) percepção da necessidade de criar novas estratégias ou de incluir novos temas (pioneirismo) e 4) relevância de sua posição como uma referência para outros produtores do campo artístico.

Tal demarcação da singularidade de um autor no campo do videoclipe depende da complementar abordagem de suas obras através de análises da organização interna e dos efeitos suscitados pelos cliques. A apresentação do campo como espaço de embates, de reconhecimento e de consagração das instâncias diretivas e performáticas é somente parte

da abordagem objetiva da autoria no formato, carecendo ser somada à sua investigação como contexto fomentador do surgimento e legitimação de estilos videoclípicos. O processo de individualização do realizador no contexto produtivo conflui então para a identificação de marcas autorais internas representadas por originalidade, maior raridade e/ou sofisticação das estratégias de composição dos videoclipes.<sup>32</sup> Aquelas características, portanto, que atraíram e mantiveram o interesse nos cliques nos vídeos musicais nas últimas três décadas.

## REFERÊNCIAS

BARRETO, Rodrigo. *A fabricação do ídolo pop: a análise textual de videoclipes e a construção da imagem de Madonna*. Salvador, 2005. 197 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

\_\_\_\_\_. *Parceiros no clipe: a atuação e os estilos autorais de diretores e artistas musicais no campo do videoclipe a partir das colaborações Mondino/ Madonna e Gondry/Björk*. Salvador, 2009. 230 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas)- Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.

BOURDIEU, Pierre. Campo intelectual y proyecto creador. In: POUILLON, Jean. (Org.). *Problemas del estructuralismo*. México: Siglo XXI, 1967. p. 135 -182.

\_\_\_\_\_. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. 431 p.

\_\_\_\_\_. *Razões Práticas: Sobre a teoria da ação*. Campinas: Papirus, 2005, 224 p.

\_\_\_\_\_. *Meditações Pascalianas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007, 324 p.

COULDRY, Nick. The Individual Point of View: learning from Bourdieu's the Weight of the World. *Culture Studies - Critical Methodologies*, London, v. 5, n. 3, p. 354-372, 2005.

<sup>32</sup> Duas vertentes complementares foram trabalhadas, de maneira mais detida, na tese do autor deste artigo: a autoria vivida no contexto como gestão efetiva da produção e a autoria identificada no texto como unidade de estilo.

- EARLE, William. Bourdieu Nouveau. In: SHUSTERMAN, Richard (Ed.). *Bourdieu: a critical reader*. Oxford/Malden: Blackwell, 1999. p. 175-191.
- FEINEMAN, N.; REISS, S. *Thirty frames per second: the visionary art of the music video*. New York: Abrams, 2000. 272 p.
- FRASER, Pete. *Teaching music video*. London: BFI Education, 2005. 78 p.
- HANSON, Matt. *Reinventing music video: next-generation directors, their inspiration and work*. Oxford: Focal Press, 2006. 176 p.
- HESMONDHALGH, David. Bourdieu, the media and cultural production. *Media Culture Society*, London, v. 8, n. 2, 2006, p. 211-231.
- KULASH JÚNIOR, Damian. Whosetube? *The New York Times*. New York, 19 fev. 2010. Disponível em: <[http://www.nytimes.com/2010/02/20/opinion/20kulash.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2010/02/20/opinion/20kulash.html?_r=0)>. Acesso em: 22 nov. 2012.
- MACHADO, Arlindo. Reinvenção do videoclipe. In: \_\_\_\_\_. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora SENAC, 2000. p. 173-196.
- MONDINO, Jean-Baptiste. Entretien avec Jean-Baptiste Mondino. *Cahier du Cinéma*, n. 434, p. 85-89, jul./ago. 1990.
- RANDALL, Lee. *The Madonna Scrapbook*. New York: Citadel Press, 1992. 224 p.
- SAPIRO, Gisèle. Autonomia, Autonomização Literária. In: ENCREVÉ, Pierre; LAGRAVE, Rose-Marie. *Trabalhar com Bourdieu*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005. p. 293-300.
- SCHWARTZ, Lara. M. *Making music videos*. New York: Billboard Books. 2007. 224 p.
- SOUZA, Maria Carmem Jacob de. Reconhecimento e consagração: premissas para análise da autoria das telenovelas. In: GOMES, Itania, SOUZA, Maria Carmem (Org.). *Media e cultura*. Salvador: PPCCC/UFBA, 2003.
- \_\_\_\_\_. Construção Social da Representação Social da Telenovela. In: \_\_\_\_\_. *Telenovela e Representação Social*. Rio de Janeiro: E-papers, 2004a. p. 25-74.
- \_\_\_\_\_. Analisando a autoria das telenovelas. In: SOUZA, M. C. (Ed.). *Analisando telenovelas*. Rio de Janeiro: E-papers, 2004b. p. 11-52.

SHUSTERMAN, Richard. *Pragmatist aesthetics: Living Beauty, Rethinking Art*. Laham: Rowman & Littlefield Publishers, 2000. 346 p.

VERNALLIS, Carol. *Experiencing music video: aesthetics and cultural context*. New York: Columbia University Press. 2004. 341 p.





# FORMAÇÃO DOS SUBCAMPOS DOS *COMICS* NORTE AMERICANOS

*João Senna*

## INTRODUÇÃO

81

Este trabalho pretende estudar o desenvolvimento do campo das histórias em quadrinhos nos EUA durante o século XX, culminando na consolidação de diversos subcampos e na modificação das formas de produção, consumo e criação das histórias em quadrinhos. Para tanto, será feita uma revisão histórica da formação dos subcampos dos *comics*, começando pelos *funnies* (as tiras de humor), passando pelos *comics* (as revistas em quadrinhos em seus mais diversos gêneros, embora foquemos mais nos super-heróis pela sua predominância no mercado norte-americano) e pelos *comix* (quadrinhos “*underground*”, com produção e distribuição não-industrial) até chegar ao objeto de maior interesse deste trabalho, as *Author Owned Comics* (revistas com produção e distribuição industriais cujos direitos autorais pertencem aos criadores).

A investigação será feita a partir de algumas chaves metodológicas criadas por Pierre Bourdieu (1996) para a compreensão das relações sociais provenientes da autoria artística, do modo como o sistema produtivo é constituído por estas relações e, em contrapartida, do modo como este mesmo sistema produtivo é constituinte da autoria. A principal destas ferramentas metodológicas é o conceito de campo: o modo como um determinado ambiente social regula, entre outras coisas, a forma de distribuição de prestígio e distinção. A regulação leva os personagens

afetados por este campo (chamados por Bourdieu de agentes) a assumir posições no campo em referência a esta distribuição de prestígio e aos ganhos econômicos possíveis dentro do campo.

Já as posições de um agente dentro do campo ao longo do tempo formam o que Bourdieu chama de trajetória. O histórico do relacionamento do agente com as instituições do campo e com os outros agentes auxilia a compreender o funcionamento do campo, além de esclarecer as posições possíveis dentro dele. Nestas relações, os agentes sempre buscam uma maior autonomia artística ou uma maior compensação econômica, sendo que estes dois objetivos caracterizam boa parte das disputas e das posições disponíveis no campo.

Outro conceito importante para compreender o funcionamento de um campo é a *ilusão* dos agentes. A *ilusão* é o modo como o agente percebe sua posição no campo; não a posição em si, mas os motivos pelos quais este agente crê que a posição que ocupa é correta para si e o modo como ele articula os argumentos para ocupá-la. Não é necessário (embora muitas vezes ocorra) que o agente expresse, por meio de um discurso articulado, o seu posicionamento no campo. Tal posicionamento pode ser compreendido por meio de suas escolhas e tomadas de posição. Assim, um agente que prefere o respeito e a admiração de seus pares a dinheiro e fama perante o grande público, fazendo escolhas artísticas de vanguarda, possui uma *ilusão* que o aproxima mais do polo artístico do que do polo econômico. A *ilusão* difere das posições ocupadas pelo agente na medida em que é entendida como uma crença relativa ao porque de determinadas decisões. É possível inclusive que haja uma incongruência entre o sistema de valores e crenças de um agente e suas escolhas concretas. Um exemplo é o do agente cuja *ilusão* é de autonomia artística, mas que por necessidade ou acaso acaba lidando com um projeto com metas de público e renda.

Neste artigo, será feito um adendo ao conceito de campo, por meio da noção de subcampo. Um campo pressupõe, entre diversas outras coisas, um modelo produtivo, um público e instâncias de consagração definidas e compartilhadas. Só assim é possível haver competição por posições e pelos ganhos econômicos e de distinção. Estas condições funcionam muito bem para a compreensão de sistemas sociais menores e bem delimitados, como o mercado editorial francês do século XIX, estudado por

Bourdieu (1996). No entanto, para estudar os meios massivos – nos quais um mesmo material expressivo pode ser produzido por modelos produtivos diferentes, para públicos diferentes e ainda assim contar com instâncias de consagração compartilhadas – a visão desse todo como um campo único com posições compartilhadas não permite visualizar algumas nuances do processo. Em condições específicas, é possível estudar cada subdivisão como um campo único, mas esta postura ignora o compartilhamento do reconhecimento, o trânsito dos agentes e a importância das instituições que perpassam os diferentes âmbitos. Bourdieu (1996) já compreendia esta subdivisão como possível, por exemplo, no caso de diferentes gêneros da mesma expressão artística ou em relação a posições mais próximas dos polos artístico ou econômico.

O caminho a ser percorrido neste texto parte de uma pequena revisão histórica, que permitirá apontar as fundações do campo das histórias em quadrinhos norte-americanas e de suas subdivisões. Estas subdivisões poderão ser avaliadas mais profundamente a partir da análise da trajetória do autor Alan Moore, responsável pelo processo de junção de duas delas (*comix* e *comics*) em uma nova subdivisão. Em seguida, será analisado o caminho que permitiu a esta subdivisão se constituir como um subcampo, demonstrando o modo como este subcampo se diferencia enquanto negócio, nos seus modos de construção de autoria e de relação com o leitor.

## BREVE HISTÓRICO DO *CAMPO*

Nos Estados Unidos, as primeiras histórias em quadrinhos foram tiras impressas nos jornais do final do século XIX. Elas eram chamadas de *funnies* em referência ao seu objetivo humorístico e ao espaço onde eram publicadas nos jornais, ao lado das caricaturas (as *funnie pages*). Inicialmente, os autores vendiam suas obras diretamente aos jornais. Com o aumento do número de publicações interessadas em cada tira, surgiram as *syndicates*,<sup>1</sup> empresas encarregadas de comprar e distribuir

1 *Syndicate*, nesse sentido, se refere à *Syndication*, o ato de distribuir um produto para ser exibido por outra pessoa. Esse modelo de negócios não ocorre apenas nos *funnies*, mas também com filmes para televisão e séries.

as tiras para os jornais, ficando com uma parte dos lucros. O modelo se mantém até hoje, de tal modo que costuma ser uma marca na carreira de um cartunista sempre que ele consegue se filiar a um *syndicate* e ter seu trabalho distribuído, mais ou menos como um escritor contratado por uma editora.

Esta estrutura forma o primeiro subcampo atual, que num momento inicial constituiu o campo inteiro dos quadrinhos norte-americanos, o dos *funnies*. Ele se manteve estável e com poucas mudanças até hoje, sendo o subcampo que tem o menor trânsito com os outros. Mesmo assim, o subcampo compartilhou com outros subcampos um dos autores pioneiros dos quadrinhos. Além de criar tiras de aventura como *The Spirit*, Will Eisner criou a *Graphic Novel* e influenciou diversos outros autores. Sua importância é tão grande que o maior prêmio de histórias em quadrinhos dos Estados Unidos da América (EUA) é nomeado em sua homenagem, o *Eisner Awards*.

84

Apesar de serem chamadas de *funnies*, estas histórias abrangiam diversos gêneros. Seus modos de distribuição, consumo e apresentação seguiam um padrão fixo: tiras de uma linha para comédia (com a eventual dupla ou tripla aos domingos) e tiras de duas linhas para histórias de romance, suspense ou aventura. O padrão começou a se modificar com as revistas de coletâneas, como a *funnies on parade*, que reunia tiras de diversos títulos já publicadas nos jornais em um formato mais propício para guardar e colecionar. Ao mesmo tempo, houve um aumento no número de tiras com continuidade, cujas histórias dependiam narrativamente das anteriores, formando uma narrativa maior. Este formato foi responsável por um novo modo de consumir histórias em quadrinhos, em que a perda de um episódio gerava prejuízo para o leitor.

Em pouco tempo, as tiras, principalmente as de aventura e suspense, passaram a ser publicadas como histórias completas em revistas de coletânea. Meses depois, surgiram histórias inéditas para o formato. As revistas ainda se apresentavam como coletâneas, mas agora com três a quatro histórias de oito a dez páginas que eram finitas, embora seus personagens e o cenário permanecessem e evoluíssem com o tempo. O modo de produção era muito similar ao dos *funnies*. No entanto, o direito sobre os personagens e os títulos passa a pertencer à editora, já que ela própria

publica as revistas em lugar de apenas vender os direitos de publicação, como fazem os *syndicates*. Até o nome que foi dado a esta nova forma de entretenimento era parecido: *comics*.

Assim, foi formado o segundo subcampo das HQs nos EUA. Nele, a situação de contrato se simplifica: há apenas a relação da editora com os artistas e não mais a relação tripla entre artista, *syndicates* e jornais. Esta forma de produção dificulta a possibilidade dos artistas atuarem de modo independente, uma vez que eles trabalham por contrato em um número de histórias (no modelo chamado *work for hire*) e os direitos sobre as histórias e personagens são de propriedade da editora. Poucos artistas conseguiram avançar para o campo dos independentes nesta época, com o maior exemplo sendo o do já citado Will Eisner. Nas décadas posteriores, o ambiente dos independentes irá crescer e se autonomizar até formar outro subcampo.

No final da década de 1930, dois acontecimentos mudaram a face do campo dos quadrinhos nos EUA, modificando as suas estruturas. O primeiro foi o surgimento dos super-heróis, com a primeira publicação do *Superman* na *Action Comics #1*, em julho de 1938, instituindo o gênero que se tornará dominante nos *comics*. É importante notar que já existiam histórias em quadrinhos sobre vigilantes e combatentes do crime, com personagens como *The Phanton* e *The Shadow*. O sucesso obtido pelo *Superman*, no entanto, foi inédito e seu vínculo com o público infantojuvenil ajudou a tornar o gênero dominante a ponto de influenciar todo o campo. Não por acaso, por muito tempo, a produção de HQs foi direcionada quase exclusivamente a este segmento, ainda que revistas de crime ou terror continuassem a ser vendidas para leitores de outras faixas etárias.

A segunda grande guerra, iniciada no final de 1939, também contribuiu para catapultar as vendas de *comics*. O primeiro grande motivo foi o aproveitamento da onda ufanista que a guerra proporcionou, com histórias sobre espões, tropas em frentes de batalha e personagens especialmente criados para explorar estas circunstâncias, como o *Captain America*, cujas aventuras são publicadas até hoje. Todo este movimento tornou os *comics* uma excelente plataforma para a propaganda de guerra, tanto para aplacar anseios da população quanto para aumentar a moral das tropas.

O súbito crescimento chamou atenção para o meio e o transformou num símbolo desta era. Vários personagens criados na época, como *Batman*, *Superman*, *Wonder Woman* e *Captain America*, se mantêm como grandes nomes dos quadrinhos até hoje. Neste momento, também foi consolidada a primeira grande editora de quadrinhos, a *DC Comics*. Além de deter os direitos sobre os três primeiros personagens citados, a *DC* os assimilou em suas publicações de modo a criar um universo ficcional onde convivem personagens com histórias diferentes – numa prática que mais tarde se tornaria comum na indústria dos quadrinhos de super-heróis.

Com o final da segunda grande guerra, os *comics* continuaram a florescer, muito embora o gênero dos super-heróis tenha entrado em declínio com o fim da onda patriótica, e houvesse um forte crescimento dos gêneros de crime e romance, além do aparecimento dos primeiros *comics* de faroeste. O aumento de um conteúdo mais adulto, num meio ainda fortemente associado a crianças, começou a gerar desconfiança em alguns setores da sociedade, principalmente no que diz respeito a uma possível influência nociva sobre os jovens.

Esta desconfiança foi crescendo aos poucos e atingiu seu ápice em 1954, quando o psiquiatra Frederick Wertham lançou o livro *The Seduction of the Innocent (A Sedução dos inocentes)* em que comparava as histórias em quadrinhos a drogas ilícitas e citava diversos casos em que os *comics* teriam incitado jovens a cometer crimes. Outra acusação, a mais famosa, era de que *Batman* e seu parceiro mirim *Robin* formavam um casal homossexual e que o aparecimento de homossexuais assumidos seria um sintoma do envenenamento da sociedade pelos *comics*. Este ataque aos quadrinhos foi levado muito a sério por toda a sociedade, culminando com uma audiência no senado norte-americano em que o próprio Wertham testemunhou.

A *Comics Code Association* foi um órgão criado dentro da *Comics Magazines Association of America (CMAA)* (Associação das Revistas em Quadrinhos da América) para criar e aplicar um código de conduta e publicação para os *comics*. Na prática, uma autocensura, com o objetivo de evitar que o negócio fosse inteiramente destruído pela opinião pública fortemente contrária aos *comics*. O código, que passou a vigorar em 1954, foi construído a partir de um outro, produzido pela própria CMAA seis anos antes. Tal código – que havia sido elaborado, por sua vez, com base

em um terceiro código lançado em 1930 pela associação dos produtores de Hollywood – era considerado muito leniente e, na prática, foi pouco aplicado. Na nova versão, todas as histórias deveriam passar por inspeção prévia antes de serem publicadas e apenas as aprovadas teriam o selo em suas capas, indicando-as como seguras para a leitura.

O *Comics Code* foi um duro golpe na indústria, tanto comercialmente, com a falência de várias editoras, quanto em termos de liberdade editorial. Diversas séries não puderam mais ter continuidade e as novas tiveram seu conteúdo moldado para garantir a aprovação, já que sem o selo a revista não sobreviveria. Várias séries sobre crimes e gângsteres tiveram de ser canceladas por conta das cláusulas que proibiam, por exemplo, personagens criminosos com os quais os leitores pudessem se identificar ou que conseguissem fugir da polícia ao final da história. Do mesmo modo, os títulos de terror não podiam mostrar sangue ou violência gráfica exagerada e até mesmo nas revistas de romance a alusão a sexo ou a problemas matrimoniais foi censurada.

Entretanto, este revés foi importante para o processo de afirmação da autonomia do campo. Mesmo sofrendo muitas baixas e com uma opinião pública bastante desfavorável, o setor pôde optar por uma via de autorregulação, que impediu a intervenção estatal. Ainda que a iniciativa tenha dificultado a publicação de revistas e limitado a liberdade artística, ela foi a única saída possível para viabilizar a continuidade da indústria, ao mesmo tempo aplacando as críticas do público e tentando recriar uma relação de confiança com os consumidores – algo importante numa sociedade como a americana, que valoriza a imagem pública das empresas ou, neste caso, de uma associação.

A década de 1960 foi difícil para a indústria: diversas editoras faliram por terem revistas canceladas ao não se adaptarem ao *Comics Code*, enquanto outras resolveram abandonar o negócio dos quadrinhos, já que não havia muita perspectiva de lucros. Várias destas empresas acabaram sendo compradas pela *DC Comics*, que incorporou novos personagens ao seu universo ficcional. A *DC* se manteve como um porto seguro na publicação de *comics* nesta época, tanto pelo seu portfólio de personagens, quanto pela sua estrutura de distribuição quase monopolista. De qualquer modo, a adaptação às regras do *Comics Code* não foi fácil. Os escritores



ainda não compreendiam os limites do código e não podiam conhecê-lo por pressões das editoras que – com medo de verem repetidos os problemas da década anterior – demandavam uma adesão simples às regras. Como resultado, surgiram histórias fantasiosas e mesmo descoladas da realidade, à vezes com soluções estapafúrdias criadas apenas para encerrar a edição.

Na mesma década, floresceram nos EUA os movimentos contraculturais, principalmente os *beats* e os *hippies*, que pregavam valores diferentes da tradição conservadora norte-americana, como a naturalidade do sexo e o uso de drogas para recreação e ganho espiritual. Estes novos valores contrastavam bastante com aqueles pregados pelo *Comics Code* e os artistas que abraçaram a contracultura se voltaram contra as regras do código, passando a criar quadrinhos transgressores. As histórias concebidas por estes artistas tinham o intuito de chocar a sensibilidade tradicional de que quadrinhos eram para crianças, tratando de sexo, fazendo comentários políticos e às vezes baseando as narrativas em acontecimentos da vida cotidiana. O novo gênero foi chamado de *comix*, com x ao final para declarar o conteúdo explícito das histórias e marcar seu diferencial em relação aos *comics*.

88 |

Uma influência determinante nesta geração foi o trabalho de Harvey Kurtzman, principalmente durante o período em que ele atuou na revista MAD e como editor da HELP!, para a qual vários autores de *comix* contribuíram antes de lançar suas revistas próprias. O principal legado de Kurtzman foi o da sátira com pitadas de crítica social, valendo-se de personalidades públicas e principalmente personagens ficcionais. A linha – que é seguida pela revista MAD até hoje – influenciou muito do humor norte-americano.

As revistas de *comix* eram, a princípio, feitas de forma amadora, com tiragens pequenas e visando um público muito específico, especialmente, universitários, liberais e artistas. O maior objetivo de seus realizadores era apenas viabilizar a produção da revista e a divulgação do movimento. O modelo de produção limitava o alcance inicial do movimento, já que a distribuição das revistas era feita pelos próprios criadores nas redondezas de suas cidades. Isto tornou a divulgação forte apenas na região oeste dos EUA, próxima a San Francisco, cidade da maioria dos primeiros criadores.

O cenário começou a mudar com o processo de profissionalização da produção, iniciado com o lançamento da revista *Zap Comix*, criada por Robert Crumb em outubro 1968. A *Zap* foi um marco para a produção independente por ter sido o primeiro sucesso comercial do movimento e a primeira revista de *comix* a ser distribuída por uma editora, mesmo sem o selo de aprovação do *Comics Code*. Outra importante contribuição de Crumb foi a de abrir espaço para a divulgação de trabalhos e a premiação de criadores emergentes, como Harvey Pekar e Art Spilgeman. Graças a esta atuação, Crumb – que se mantém ativo até hoje – consolidou sua posição como um dos principais nomes dos quadrinhos *underground*, construindo uma carreira prolifera.

As revistas de *comix* foram se multiplicando e vários artistas se engajaram, criando personagens e publicando, o que comprovou a existência de um mercado para quadrinhos voltado para adultos, longe das restrições do *Comics Code*. A longevidade dos criadores de *comix* e a influência que eles exerceram no campo como um todo, inspirando novas gerações de artista/roteiristas e conquistando reconhecimento (como atesta o prêmio Pulitzer concedido à obra *Maus*, de Art Spilgeman) demonstraram a força do meio na narração de histórias feitas para um público diferente do infantojuvenil. Assim, a produção independente se organizou internamente a ponto de se colocar no patamar de subcampo, com instâncias internas e externas de consagração. Neste subcampo, o ápice para um autor consistia em conquistar uma revista própria com distribuição profissional.

A influência dos *comix* se consolidou na medida em que as editoras *mainstream*, principalmente as duas maiores (*Marvel* e *DC Comics*) começaram a notar os quadrinhos adultos como um mercado viável e a entender o *Comics Code* como restritivo e problemático, já ultrapassada a crise que forçou a sua construção. Um marco neste processo foi quando o órgão equivalente ao ministério da saúde do EUA convidou a editora *Marvel* para criar uma história que falasse sobre as drogas e seus perigos. A menção ao assunto, evidentemente, era proibida pelo código. Menor e considerada menos conservadora que a *DC Comics*, a *Marvel* aceitou o convite, publicando em 1971 três edições de *Amazing Spider Man* (#96 à #98) sem o selo – retomado apenas após a conclusão do arco.

O processo de aproximação de dois polos tão distantes no campo dos quadrinhos norte-americanos se deu de forma cautelosa e lenta. A *Marvel* foi pioneira, com uma malsucedida revista chamada *Comix Book*, que durou apenas cinco edições e recebeu contribuições de diversos nomes do movimento underground, como Spilgelman. Mais tarde, em 1976, a própria *Marvel* conquistou algum reconhecimento ao lançar o personagem *Howard the Duck*, com revista própria e sem o selo do *Comics Code*. A *DC Comics* não aderiu muito ao movimento neste primeiro momento, embora tenha se associado à *Marvel* para distribuir alguns títulos independentes sem custo. O panorama começaria a mudar no começo da década de 1980, com o surgimento de um escritor chamado Alan Moore.

### A TRAJETÓRIA SOCIAL DE ALAN MOORE

90

Antes de tratar do papel de Moore nas mudanças possíveis de posição no campo dos *comics*, vamos traçar um pequeno resumo de sua carreira. Moore nasceu em uma família pobre da cidade de Northampton. Sem completar o ensino médio, começou a publicar sob pseudônimos algumas tiras em jornais e revistas locais. Pouco tempo depois, percebeu que não conseguia desenhar tão bem e preferiu focar no que fazia de melhor: escrever. Então, falou com um amigo de infância, Steve Moore, que trabalhava na *2000 AD*, uma das mais famosas e influentes revistas em quadrinhos da Inglaterra e propôs um roteiro para um de seus personagens, *Judge Dredd*. O roteiro não foi aceito porque o trabalho de roteirista já havia sido dado a outro escritor. No entanto, o editor da revista, Alan Grant, gostou do texto de Moore e o instigou a escrever roteiros para outras séries, abrindo-lhe uma oportunidade.

Após este começo de carreira, em 1980, Moore passa a escrever para todas as revistas importantes da Inglaterra, a exemplo da *2000 AD*, *Warrior* e *Marvel UK*, uma revista da *Marvel Comics* com algumas republicações e histórias feitas por criadores ingleses. Neste período, ele produziu várias obras de boa qualidade, como *Skizz*, *V for Vendetta*, *The Ballad of Halo Jones* e *Marvelman*. Nestes trabalhos, Moore apresentou grande conhecimento sobre quadrinhos, recriando o *Marvelman*, um antigo personagem britânico das décadas de 1950 e 1960. Cópia do

*Captain Marvel*, da editora americana homônima, o personagem foi repaginado por Moore, que adicionou a ele elementos mais humanos e psicológicos, uma marca de sua escrita. O resultado foi um sucesso. A *Marvel*, no entanto, decidiu processá-lo, exigindo que mudasse o nome do personagem para *Miracleman*. Posteriormente, a empresa colocou o personagem em um limbo legal que impediu a sua publicação nos anos 1990 e a sua reimpressão até hoje. Por causa deste imbróglgio jurídico, Moore nunca mais trabalhou com a *Marvel Comics*.

Em suas outras obras, ele demonstrou, além de talento, vocações políticas. Em *The Ballad of Halo Jones*, Moore criou uma personagem principal feminina numa história de ficção científica, uma proposição incomum para o gênero e que o levou a assumir uma posição pessoal. Ele próprio bancou a história e a personagem, naquele que é considerado seu melhor trabalho na *2000 AD*. Sua obra mais aclamada nesta fase, no entanto, é *V for Vendetta*. Publicada na revista *Warrior*, a história retrata um futuro distópico na Inglaterra de 1997. Durante um inverno nuclear, um governo totalitário e conservador, que extinguiu minorias raciais e sexuais, encontra oposição num terrorista anarquista que usa uma máscara de Guy Fawkes. *V* expressa o pessimismo de Moore em relação à política da primeira ministra conservadora Margareth Thatcher e suas possíveis consequências, propondo saídas e expondo a visão anarquista do autor.

Moore deu outras demonstrações de suas convicções políticas e de um *modus operandi* próprio para lidar com relações de trabalho que desaprovava. Em represália a um editorial de cunho homofóbico, decidiu encerrar a publicação no jornal de uma de suas tiras, *Maxwell the Magic Cat*. Também empreendeu uma luta contra a falta de direitos dos criadores sobre as histórias publicadas nas *comics* britânicas, chegando a interromper um vínculo antigo com a revista *2000 AD* por conta da recusa da revista em devolver aos autores os direitos sobre os personagens publicados.

O trabalho de Moore chamou a atenção de Len Wein, editor da *DC Comics*, que o convidou para escrever *Swamp Thing*, uma revista de baixas vendas e com um personagem de terceiro escalão. Durante sua passagem na revista, Moore redefiniu o personagem, renovando as histórias ao direcioná-las para temas como busca de identidade e motivação, além de ecologia e preservação ambiental. Também colocou o tema

do ocultismo em ascensão, ao mesmo tempo revisitando e revitalizando antigos personagens do universo ficcional da *DC*, como *Jason Blood* e *The Phanton Stranger*, e criando novos, como *John Constantine*. Ao aliar seleção de temas não usuais, maior profundidade psicológica e um conjunto de personagens pouco íntimos do grande público, Moore acabou por criar um viés de quadrinhos que era decididamente adulto, não por conta do excesso de violência ou das insinuações de sexo, mas pelo tratamento dado aos personagens, com um foco mais na reflexão do que na ação e grande ênfase no roteiro em comparação ao desenho.

Depois de 41 edições e mais de três anos à frente de *Swamp Thing*, Moore foi convocado para trabalhar em títulos mais importantes da editora. Em 1985 e 1986, escreveu duas histórias para o *Superman: For the Man Who has Everything* e *Whatever Happened to the Man of Tomorrow*. Esta última foi criada para ser a derradeira história do personagem antes da *Crisis on Infinite Earths*, evento que zerou a cronologia do universo ficcional da *DC*. Após o *Superman* receber o toque de Moore, foi à vez de outro estandarte da companhia: *Batman*. Lançada em 1988, *The Killing Joke* foi, em conjunto com as obras de Frank Miller, uma das histórias responsáveis pela reinvenção do personagem. A mais importante contribuição feita por Moore, no entanto, foi à minissérie *Watchmen*. Criada em parceria com o desenhista David Gibons, a série publicada em 1986 é considerada por muitos como a sua melhor obra. Nela, ele recriou personagens da editora *Charlton*, comprada pela *DC*. Sua ideia original era utilizar os próprios personagens da finada editora, mas os editores da *DC* não permitiram, o que levou Moore a criar personagens análogos aos da *Charlton*. *Watchmen* conta uma história de mistério em um cenário levemente futurista no qual vigilantes mascarados são tratados de forma mais realística e o mundo é realmente modificado pelo surgimento de um super-herói.

Depois de *Watchmen*, a relação de Moore com a *DC* foi se deteriorando, novamente por conta de direitos autorais. Havia um acordo segundo o qual os direitos dos personagens de *Watchmen* retornariam para Moore e Gibons após o esgotamento da primeira impressão. Mas logo os autores perceberam a existência de uma brecha no contrato. Enquanto a *DC* mantivesse as revistas em estoque, os direitos seriam dela, e a editora

não pretendia parar de imprimir a série. Após este episódio, Moore cortou relações com a editora e começou uma carreira independente, criando uma pequena editora e lançando alguns títulos, incluindo seu trabalho inacabado com Bill Sienkiewicz, *Big Numbers*. Ao sair das duas grandes editoras de *comics*, *Marvel* e *DC*, Moore sinalizou ao subcampo dos *comics* para a possibilidade de um artista bem-sucedido trabalhar fora deste regime, o que levou alguns criadores a abandonarem as grandes empresas e a criar editoras pequenas para a publicação dos seus trabalhos. Este movimento levou à criação do selo de distribuição *Image*, que permitiria a Moore, anos depois, voltar a trabalhar com *comics* de super-heróis.

Assim, é possível perceber que Moore sempre busca posições vanguardistas no campo, mesmo quando elas acarretam perdas financeiras, numa denegação necessária para criação da *Ilusio* artística. Para ele, no entanto, estas perdas financeiras são consideradas momentâneas; uma contingência decorrente dos contratos que abandona. Em contrapartida, o que está em disputa para o criador é a propriedade intelectual, sua real fonte de riquezas. Outro ponto é que Moore não parece se interessar de forma consistente em angariar prestígio no campo. Ele raramente fala sobre prêmios e tem uma postura acentuadamente crítica para com seus pares. Assim, Moore parece se comportar permanentemente como um artista novo, sempre procurando novas formas de desestabilizar o campo, ainda que já seja um artista consolidado e com muito *status* entre seus pares.

#### *AUTHOR OWNED COMICS* E O ESPAÇO DOS POSSÍVEIS

A passagem de Moore pela *DC* foi curta, mas marcante. Nos seis anos que permaneceu na editora ele abriu várias portas para outros escritores britânicos, como Neil Gaiman, Grant Morrison e Warren Ellis, além de colocar os temas maduros que tratava em *Swamp Thing* em voga e diminuir a resistência da editora em tentar novos títulos nos quais estes temas fossem centrais, iniciando um processo de revitalização de personagens esquecidos do portfólio da empresa. Exemplos desta primeira leva são *Black Orchid* (1988), de Gaiman e McKean, *Animal Man* (1988), por Morrison e diversos desenhistas, além de *Shade, The Changing Man* (1990), de Peter Milligan e Chris Bachalo.

Ao final de *Black Orchid*, Karen Berger, editora da DC designada para o Reino Unido, ofereceu a Gaiman um novo trabalho em uma série regular, com a condição de que desenvolvesse um personagem novo. Gaiman fez uma proposta baseada na reinvenção de um personagem dos anos 1940 da DC chamado *Sandman*. Só o nome, porém, foi aproveitado. Todo o conceito, história e a aparência do personagem eram diferentes. *Sandman* (1989) alcançou rápido sucesso, com a sua proposta de um único roteirista e uma visão mais artística. Também atingiu um público diferente para os *comics*, abrindo os olhos da editora para um novo mercado, formado em sua maioria por mulheres e pessoas acima dos 25 anos. O sucesso também foi uma consequência dos modos de vendagem da revista. Seus arcos de histórias bem definidos e a limitação das conexões com o universo ficcional da DC tornaram lucrativa a venda de coleções em livrarias, em edições de capa mole (*paperbacks*), o que ajudou a série a conquistar este público diferente.

Todas estas características diferiam muito do modelo normal de negócios da indústria, que consistia em contratar artistas e roteiristas por períodos determinados de tempo e para um título já existente, de modo que os direitos dos personagens criados pertencessem à editora, já que os criadores haviam sido contratados apenas para executar um serviço. Para emular o processo de *Sandman*, a DC teria que aceitar os criadores e suas ideias e não escolher o melhor dos dois e ficar com ele. Também precisaria realizar um contrato para a série como um todo, de preferência envolvendo tanto o desenhista quanto o roteirista, já que a rotação de desenhistas em *Sandman* era uma das críticas à série. A solução da editora foi criar um novo nicho para que determinadas séries pudessem ser criadas e geridas de modo diferenciado. Assim, surgiu o selo Vertigo, direcionado a revistas de conteúdo maduro.

O selo Vertigo foi lançado em 1993, com Berger como editora. Primariamente, reunia séries de cunho mais adulto já publicadas pela DC, como *Swamp Thing*, *Hell Blazer* e *Animal Man*. A participação de Berger na criação e manutenção do selo Vertigo foi de extrema importância. Ela defendeu os interesses dos autores de forma muito ativa, inclusive impedindo que personagens ligados ao selo Vertigo aparecessem nas revistas normais da editora, em atenção a reclamações dos autores. O distancia-

mento entre os *comics* de super-heróis e o segmento para adultos da editora acabou por fomentar a criação de revistas completamente autocontidas, o que fortaleceu ainda mais o modelo de vendas de compilações e ajudou a criar um mercado de catálogo de obras “perenes”, que continuam sendo vendidas mesmo após o término das séries.

Com o sucesso obtido pela *DC* neste segmento, outras editoras começaram a copiar, se não os temas, pelo menos o modelo de trabalho da editora. A *Marvel* criou dois selos, o *Icon*, para trabalhos autorais, e o *MAX*, para conteúdo adulto. A *Image* se especializou em séries de autores promissores pouco conhecidos, além de distribuir o trabalho de autores em estúdios independentes. E também editoras menores de *comics*, como a *Darkhorse* e a *Dynamite*, seguiram a mesma receita. Com o aumento do número de editoras aderindo ao novo modelo de negócio, sua vinculação com o universo de temas maduros foi se diluindo até se manter como uma característica exclusiva do selo *Vertigo*.<sup>2</sup>

O novo modelo também gerou mudanças na relação do leitor com os *comics*. Se antes era mais comum que as pessoas acompanhassem e colecionassem as revistas com base nos personagens (os fãs do *Batman*, *Superman*, *Spiderman*, *Wonder Woman* etc), agora começou a crescer o número de leitores que acompanhavam os criadores, tanto desenhistas quanto roteiristas.<sup>3</sup> O resultado foi a criação de um fluxo de leitores novos para outros tipos de revistas. Por exemplo, leitores de *comics* de super-heróis passaram a acompanhar um roteirista porque gostaram do seu trabalho autoral e vice-versa. Esta relação gerou consequências para o modo da editora encarar a importância dos criadores tanto em termos de publicidade como de relações comerciais. Manter um escritor com grande apelo passa a ser bom para a imagem da editora também.

2 Em Fevereiro de 2013 com a publicação da edição #300 de *Hellblazer*, o selo *Vertigo* encerrou todas as publicações de cunho adulto ligados ao universo *DC*. Assim, se torna mais um selo de *Author Owned Comics*, sejam eles com temas mais adultos ou não. Esse movimento acabou por isolar Karen Berger que se retirou da posição de editora chefe do selo e saiu da *DC Comics*.

3 Uma exceção nesta progressão é o desenhista/roteirista Jack Kirby que trocou a *Marvel* pela *DC* nos anos 1970 e conseguiu levar vários leitores consigo. A diferença é que Kirby era o maior nome dos *comics* na época, tendo construído o universo *Marvel* ao lado de Stan Lee, além de ser um veterano da década de 40, tendo criado o *Captain America*.



Assim, surgiu o subcampo dos *Author Owned Comics*, com uma forma diferente de relação entre criadores e editoras e dos consumidores com ambos. A novidade gerou uma modificação nas posições disponíveis no campo. Para ter liberdade autoral, o criador já não precisa seguir a rota da autopublicação, já que foram criadas alternativas dentro das grandes editoras de *comics* para a publicação de conteúdo diferenciado. Neste subcampo, os autores podem inclusive contar com o direito de propriedade sobre a obra e ao mesmo tempo gozar da capacidade industrial de uma grande editora, tanto em termos de publicidade quanto de vendas. Desta maneira, surgiram novas possibilidades para os criadores, abrindo portas nas grandes editoras para nomes que antes jamais trabalhariam nelas.

É preciso salientar, no entanto, que o surgimento deste novo subcampo não substituiu aquele dos independentes. Há ainda uma parcela dos criadores que não aceita com bons olhos esta vertente. Robert Crumb permanece publicando suas obras de forma independente, sem nem pensar em trabalhar com uma editora específica de *comics*. Frank Miller é exemplo de um criador que trabalha nos *comics mainstream* com personagens de propriedade intelectual das editoras. No entanto, quando lança seus trabalhos autorais, como *Sin City* ou *300*, prefere realizá-lo por meio de editoras menores. Um motivo é que determinados temas como sexualidade e racismo continuam sendo deixados de lado pelas grandes editoras. Logo, se um autor pretende desenvolver mais profundamente estes temas, ele precisa encontrar uma outra casa para suas histórias.

O trânsito entre os diferentes subcampos hoje é comum, inclusive com autores participando em vários destes espaços ao mesmo tempo. Um bom exemplo disso é a revista *Planetary*, do roteirista Warren Ellis e do desenhista John Cassaday, que teve suas 27 edições publicadas ao longo de 11 anos sem uma periodicidade fixa, enquanto a sua equipe criativa trabalhava em outras publicações. Cassaday ilustrou *Astonishing X-men*, entre outros trabalhos, enquanto Ellis escreveu diversas revistas, tanto independentes, *RED* (2003), quanto *webcomics*, *FreakAngels* (2008). Há também os criadores que são recrutados para fazer *comics* de super-heróis depois de um sucesso independente ou autoral. Inúmeros casos existem, mas se pode citar o roteirista Matt Fraction, contratado pela *Marvel* depois do sucesso de sua série autoral *Casanova* (2006), publicada pela

*Image* (posteriormente Fraction levou as continuações de Casanova para o selo *Icon* da *Marvel*).

O trânsito entre os subcampos foi facilitado pelo subcampo autoral, que serve como ponte entre os *comics* independentes e os de super-heróis, permitindo uma maior mobilidade entre os sistemas de publicação com menor perda de prestígio. Anteriormente, caso um autor passasse diretamente do subcampo dos independentes para o de super-heróis, poderia ser chamado de vendido. Do mesmo modo, um autor de histórias de super-heróis que passasse a atuar como independente seria olhado com desconfiança por seus pares e leitores. Claro que há exceções como Alan Moore, que conseguiu manter seu prestígio, principalmente por ter lutado contra um sistema de posse de direitos criativos, considerado injusto pela maior parte dos criadores.

O processo de redução nas perdas de prestígio e de valorização do capital específico do campo dos quadrinhos – para além do capital de cada subcampo – ampliou as oportunidades para que os criadores pudessem tanto criar algo diferente num determinado subcampo, como tentar migrar para outro subcampo na busca por maior liberdade autoral. Esta foi a maior contribuição da criação do subcampo dos *Author Owned Comics*: a expansão daquilo que Bourdieu (1996) chama de espaço dos possíveis, o universo de obras que um criador pode realizar em um determinado campo, tempo e espaço. Este espaço foi significativamente ampliado pela luta de Moore em se manter na vanguarda e por suas relações tempestuosas com as editoras por onde passou. Sua trajetória permitiu aos que vieram depois ocupar novas posições e propor novos tipos de obras, num movimento tão grande e importante quanto o da primeira ruptura. Ainda assim, tudo começou com Moore buscando algo que ainda não existia: o direito pelo controle criativo e financeiro de suas criações dentro do mercado industrial.

## REFERÊNCIAS

BENDER, Hy. *The sandman companion: a dreamer's guide to the award-winning comics series*. New York: Vertigo Books, 1999.

BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

HARVEY, Robert C. *The art of the funnies: an aesthetic history*. Mississippi: University Press of Mississippi, 1994.

JULIAN, Darius. *The continuity pages: the sandman, Neil Gaiman's the Sandman era (1988-1996)*. Disponível em: <<http://www.sequart.com/sandmanGAIMAN.htm>>. Acesso em: 15 jul. 2009.

THE COMIC PAGE, *Your guide to the history of comics*. Disponível em: <<http://www.dereksantos.com/comicpage/comicpage.html>>. Acesso em: 14 jun. 2010.

WIKIPEDIA. *Vertigo*. Disponível em: <<http://www.en.wikipedia.org/wiki/Vertigo>>. Acesso em: 14 jul. 2010.

# APONTAMENTOS SOBRE A FORMAÇÃO DO CAMPO DA PUBLICIDADE BRASILEIRA<sup>1</sup>

*Tatiana Guenaga Aneas*

99

## INTRODUÇÃO

A propaganda brasileira é, desde os anos 1970, considerada uma das mais criativas do mundo. Publicitários como Washington Olivetto, Nizan Guanaes, Alex Periscinoto, Francesc Petit, Roberto Duailibi e Marcelo Serpa são verdadeiras estrelas dentro e fora das fronteiras brasileiras. Na última edição do Festival de Cannes, em junho de 2012, os brasileiros voltaram para casa com 79 leões na bagagem e, em se tratando de investimentos, o país é hoje o quinto maior mercado do mundo.

Esse cenário pintado de *glamour* e sustentado por números com muitos dígitos, porém, foi precedido por outros contextos, menos brilhantes e mais austeros. Assim como em outros países, a propaganda no Brasil nasceu com os anúncios classificados, por sua vez derivados da pura necessidade do comércio local. Até chegar a ser um campo altamente institucionalizado, com suas regras e leis, seus representantes e instituições, seus lugares de consagração, a publicidade foi sendo criada essencialmente como uma prática e um ofício. O objetivo deste artigo é lançar luz sobre essa história da gênese do campo publicitário brasileiro, com base na teoria

---

1 Primeira versão deste artigo foi apresentada no Grupo de Trabalho Comunicação, Consumo e Estética, no 2º Encontro de GTs - Comunicon, realizado nos dias 15 e 16 de outubro de 2012.

dos campos de Pierre Bourdieu, com o intuito de compreender como se deu essa evolução, tanto do ponto de vista das práticas de produção como no que diz respeito aos produtos delas derivadas.

## PREMISSAS

A sociologia de Bourdieu (1996, 2001) é responsável por fornecer o escopo teórico-metodológico deste trabalho, cujos parâmetros e vantagens analíticas são apresentados a seguir.

100

O primeiro em importância certamente é a noção de campo. Para o sociólogo, entende-se por campo uma rede de relações que se estabelecem entre diferentes posições, ocupadas por agentes deste campo que estão em constante disputa por poder. As incessantes lutas classificatórias e a busca por ocupar as posições dominantes são as práticas que mantêm o campo vivo. Os diversos campos (artístico, econômico, político, publicitário etc.) possuem suas próprias leis, seus próprios valores e crenças, suas instâncias de consagração e estratégias de legitimação. Mas há também “homologias estruturais” (BOURDIEU, 1996, p. 208) entre os campos, como a recorrente distribuição desigual de capitais e a consequente existência de posições dominantes e dominadas.

Também os campos possuem diferentes níveis de autonomia, diretamente proporcional à sua capacidade de resistir às ingerências dos outros campos, rejeitando-as como ilegítimas ou adaptando-as à sua própria lógica. Bourdieu (1996, p. 250) chama a isso “efeito de refração”. Assim, no contexto da sociedade capitalista, o campo econômico tende a impor demandas próprias aos demais campos, dominando-os em maior ou menor grau. O espaço social, assim como a estrutura dos campos, é intensamente hierarquizado. Ocupar uma determinada posição no campo, por sua vez, equivale a possuir (ou não) os capitais necessários – simbólico, cultural, social, específico e econômico.

Para explicar a existência de leis que orientam o funcionamento do campo e a ação dos seus agentes, Bourdieu vai introduzir a noção de *habitus*. Trata-se de uma tentativa de conciliar a dimensão da experiência individual com a dimensão da experiência social e cultural. O *habitus* deve ser entendido como um sistema de disposições, um conjunto de normas

naturalizadas pertencentes aos agentes e que orientam suas experiências relativas aos diversos campos existentes no espaço social. Uma espécie de razão prática que orienta as formas de agir e de produzir sentido dos indivíduos e está inscrita no espaço dos possíveis dado em certo momento histórico. As práticas sociais efetivamente são regidas pelo *habitus*, resultado de uma complexa sobreposição de disposições individuais e condicionantes historicamente constituídos. Como consequência, a sucessão de ações e estratégias para ocupar determinadas posições, contituídos e constituintes do *habitus* do indivíduo, é o que se pode chamar de trajetória social.

A principal vantagem do método certamente está na possibilidade de analisar o produto a partir de um ponto de vista que busca privilegiar seus aspectos relacionais. O que significa dizer que se trata de um olhar nem exclusivamente voltado para o funcionamento interno da obra, nem somente interessado nos dados contextuais. Ao contrário, Bourdieu propõe que se observe a lógica por trás das “coincidências” entre as manifestações artísticas e o estado do campo no momento de sua ocorrência.

A noção de *habitus* traduz com precisão essa tendência do pensamento de Bourdieu, uma vez que entende que esse princípio é ao mesmo tempo estruturado pela história da dinâmica social de um campo, que é cumulativa, e estruturante das práticas presentes e futuras. O agente social, em Bourdieu (1996, p. 205), não é apenas “suporte ou portador da estrutura”. Ele partilha, certamente, de categorias sociais pertencentes a um grupo e a um momento histórico e sobre as quais não tem controle. Mas há também um fator de individualização: o fato de possuir uma trajetória única lhe proporciona alguma margem de manobra com relação à estrutura social na qual está inserido.

#### **O ESTADO ATUAL DO CAMPO: OBSERVANDO A HISTÓRIA REVERSAMENTE**

Em se tratando da análise da atividade publicitária, é preciso levar em consideração as intrincadas relações estabelecidas com outros campos do espaço social. Se, no campo artístico, a subordinação à lógica econômica provoca perda de legitimidade, o mesmo não ocorre no campo publicitário. Isso porque a sua própria natureza prevê uma relação de dependência

com o mundo do dinheiro. Diferentemente da arte, a publicidade não é uma atividade absorvida pelo campo econômico em decorrência da predominância do capitalismo como sistema ideológico. A publicidade é uma atividade criada no e para este sistema, e é dele um componente fundamental. Não há, portanto, subordinação estrutural, no sentido que Bourdieu atribui à relação entre arte e dinheiro. A relação com o campo econômico está no DNA do campo publicitário e, sem ela, sua própria existência perde o sentido.

E esse tipo de relação vai ter consequências diretas no modo de funcionamento desse microcosmo. O principal deles é o fato de que o retorno financeiro é tomado como valor desejável e fator de legitimação no interior do campo publicitário. Objetivar o lucro econômico dos seus clientes não apenas é permitido e necessário ao publicitário, como não implica sobremaneira em perda de autonomia ou capital simbólico. Não existe publicidade “desinteressada”, em suma.

102 |

Por outro lado, é evidente que o campo publicitário mantém relações estreitas com o mundo da arte e faz parte do grande campo da produção cultural contemporânea. Seus produtos muitas vezes se assemelham formalmente a produtos artísticos. Parte de seus agentes utilizam técnicas artísticas para a execução do seu trabalho – são escritores, diretores de arte, ilustradores, artistas e produtores gráficos, músicos, diretores, fotógrafos, cinegrafistas. Mas o que parece mesmo determinar essa relação estratégica com o campo artístico é a importância atribuída a valores como criatividade e originalidade. Esta característica do campo é uma estratégia fundamental para marcar diferença, para legitimar sua existência como mundo à parte, e sem a qual se tornaria mero instrumento a serviço de necessidades econômicas. Dessa forma, é possível afirmar que a criatividade, a busca incessante pelo novo, são valores compartilhados pelos agentes do campo publicitário que irá se manifestar de maneira mais ou menos intensa nos seus produtos. É critério fundamental de valorização de um produto diante de seus pares. É fator de acumulação de capital simbólico. É uma habilidade que determina a entrada dos agentes neste campo. E é uma doutrina que se expressa até mesmo na hierarquização interna das agências – nas quais o setor de criação é invariavelmente o centro da produção, e onde estão os cargos mais valorizados e os melhores salários.

O publicitário enquanto agente neste campo de forças não é apenas um vendedor contratado por um anunciante, mas um ser criador, que ocupa uma posição relevante no campo da produção cultural – ou pelo menos, assim almeja. Uma posição a partir da qual são gerados produtos que, por um lado, fazem girar o motor da economia e, por outro, influenciam as formas de pensar, de sentir e perceber dos indivíduos. Existe, obviamente, alguma tensão entre as duas dimensões da atividade publicitária. Há posições no interior do campo que privilegiam mais uma ou outra das duas dimensões, e existem também posições centrais. Mas sua coexistência é o princípio básico de funcionamento deste microcosmo, e seu ideal é a convergência e acomodação destes dois mundos.

Nem sempre, porém, foi assim. A análise da história da atividade publicitária permite perceber que, em dado momento, foi implantada a noção de que a criatividade é um valor crucial ao seu legítimo funcionamento. Tanto no Brasil como nos Estados Unidos, principal modelo da propaganda brasileira, houve um período de transição, um momento de ruptura das estruturas. Antes, não havia grande preocupação com a forma ou o conteúdo da mensagem comercial veiculada. Os anunciantes, muitas vezes, definiam o que queriam para suas campanhas, e o publicitário era um mero corretor de anúncios. A partir de determinado momento, a responsabilidade da criação das peças passa a ser deste agente – o publicitário, detentor de um conhecimento específico que deve ser valorizado. O anunciante passa então a entregar sua imagem e sua marca para que o especialista em anúncios decida o quê, quando e onde ele deve anunciar. Em um momento subsequente, os publicitários passam a acreditar e a propagar a ideia de que era preciso fazer propaganda com originalidade e inovação. Compreender como ocorreu este processo fundamental na constituição do campo publicitário, no contexto brasileiro, é o principal objetivo deste artigo.

## **FUNDANDO ESTRUTURAS: A INVASÃO DAS MULTINACIONAIS E FORMAÇÃO DE UM MERCADO LOCAL**

Embora historicamente, e ainda hoje, a propaganda brasileira se inspire na produção de outros países, notadamente a norte-americana, o início



da história da publicidade no Brasil data de muito antes do estabelecimento dessa relação.

É verdade que o modo de operação que predomina a partir dos anos 1930, e que perdura até os dias atuais, tem raízes no modelo das multinacionais que se instalaram aqui no início do século XX. Mas é igualmente verdadeiro o fato de que, muito antes desse período, floresceu no Brasil um mercado de publicidade fomentado pelas necessidades do comércio local e sem relações com a indústria internacional da propaganda. Se o campo deve ser considerado o resultado cumulativo das disputas por poder, ou a história das posições e tomadas de posições dos agentes implicados na atividade, é possível afirmar que os primeiros estratos da constituição do campo publicitário são genuinamente brasileiros. O que não quer dizer que sejam os únicos, ou mesmo os mais relevantes.

104

Os primeiros jornais, como a *Gazeta do Rio de Janeiro*, de 1808, já contavam com espaço para anúncios. Imóveis, produtos de uso pessoal, remédios, serviços e até escravos eram negociados através das páginas de publicações como o *Diário do Rio de Janeiro*, que no longínquo 1824 se lançava como jornal inteiramente destinado a anúncios de vendas e compras.

Ainda no século XIX, estes anúncios deixam de ser apenas classificados e começam a se sofisticar. Poetas e escritores como Olavo Bilac<sup>2</sup> e Casimiro de Abreu são contratados pelas empresas para elaborar seus anúncios. Os produtos de saúde e uso pessoal, como remédios e sabonetes, são os grandes anunciantes do momento. Na virada do século, muitos jornalistas já assumem a função de corretores de anúncios, trabalhando para os veículos como vendedores independentes de espaço publicitário. Pouco depois, surge a primeira agência a se estabelecer no país: a Eclética, dos jornalistas Eugênio Leuenroth e Júlio Cosi, que abriu as portas entre 1913 e 1914.

A partir da década de 1930, a chegada de agências estrangeiras muda o cenário do mercado nacional, então concentrado no Rio de Janeiro e em São Paulo. Inicia-se uma nova fase na propaganda nacional, e mudanças estruturais ocorrem no campo que está se constituindo.

2 Bilac escreveu poemas para anúncios do xarope Bramil.

É através das multinacionais que a atividade publicitária se moderniza e solidifica, criando condições para a futura formação de uma indústria da propaganda, altamente institucionalizada, e com sua própria tábua de valores e suas regras de funcionamento. A inglesa J. W. Thompson chega em 1929 para atender a General Motors, que já era seu cliente no país de origem. Pouco depois, chega a McCann-Erickson, com sede nos Estados Unidos. Com operações mais robustas e profissionais importados, as empresas internacionais forçam o mercado local a elevar o nível da propaganda feita no Brasil.

Entre as principais contribuições dos grupos anglo-saxônicos, sobretudo para a criação, está a importação de diretores de arte, função até então desconhecida no país. Até os anos 1920, os chamados *layoutmen* eram responsáveis pela arrumação visual dos textos criados pelos redatores na página dos jornais. Neste período, os *layouts* se tornam mais sofisticados, e os salários dos profissionais de criação sobem proporcionalmente. É desta época o costume de se pagar os mais altos soldos da empresa para os grandes talentos criativos, prática que perdura até os dias de hoje e reflete diretamente o processo de valorização da atividade de criação dentro da linha de montagem de uma peça publicitária. A N. W. Ayer, outra norte-americana, chegou ao Brasil em 1931 e foi pioneira no uso de fotografias nos anúncios. As fotos eram importadas da sua sede nos Estados Unidos, já que as primeiras produções fotográficas para publicidade no Brasil só aconteceriam nos anos 1940, pelas mãos de Chico Albuquerque e Otto Stupakoff.

As técnicas de marketing e de pesquisa de mercado foram o outro lado da contribuição das estrangeiras para a publicidade brasileira. Em uma época em que o planejamento de comunicação ainda engatinhava dentro das agências e não era uma prática tão valorizada pelos anunciantes, a McCann-Erickson fundou um departamento voltado exclusivamente para a área. Em alguns anos, a realidade do mercado dos grandes anunciantes era outra: cada novo produto lançado era estudado antes do lançamento, assim como a recepção das campanhas era testada antes da sua estreia nas páginas dos jornais e nas emissoras de rádio, que iniciou sua transmissão oficial em 1932.

Se, por um lado, as multinacionais eram donas das maiores contas do país, como a Ford, General Motors, General Electric e Lever, por outro, trouxe um novo modelo de organização do trabalho das agências, um novo modo de relação com o cliente, mais profissional – começa a aparecer a figura do atendimento, ainda chamado contato. Principalmente, trouxe novas técnicas de criação e produção de anúncios – enfim, novas práticas, que alteraram fundamentalmente o modo de fazer propaganda no Brasil.

Os brasileiros não demoraram a aprender e absorver as novidades trazidas pelos americanos. Tanto que, em 1933, é inaugurada no Rio de Janeiro a Standard, primeira agência a adotar o modelo de operação norte-americano, de propriedade de Cícero Leuenroth, filho de Eugênio Leuenroth. Durante mais de 30 anos, a Standard foi a maior agência brasileira em números, e um celeiro de talentos criativos. Atendeu contas importantes como Shell, Colgate-Palmolive, Vasp e Goodyear, disputando mercado com as estrangeiras.

106 |

A agência Standard pode ser considerada uma síntese da influência *yankee* na primeira era da propaganda brasileira. Leuenroth, seu idealizador, estudara administração e propaganda na Universidade de Columbia, e trabalhou nos Estados Unidos, onde absorveu os métodos praticados em Madison Avenue. A Standard foi reconhecida sobretudo pela inovação, que balizava o trabalho não apenas do setor de criação, mas também das ações de marketing e planejamento. No final dos anos 1930, a agência foi a primeira a montar um estúdio de gravação. De lá, saíam *jingles* e *spots*, mas também programas patrocinados e a primeira novela brasileira produzida para o rádio, *Em Busca da Felicidade*. A Standard introduziu no país o Dia das Mães e o Dia dos Namorados, hoje duas das principais datas do calendário do varejo.

Em suma, a posição tomada e ocupada pela Standard representou um momento importante de acomodação dos interesses em disputa no interior do campo publicitário. É o momento em que a influência americana cria um novo cenário, alterando o espaço dos possíveis, naquele ponto necessário para a implantação dos seus negócios no país. E é também quando os agentes brasileiros se dão conta desta nova configuração e passam a disputar capital com os concorrentes recém-chegados. Ao mesmo tempo em que os americanos chegam para abocanhar importantes fatias do

mercado publicitário de então, trazem modernidade e originalidade para as pranchetas brasileiras, fundando assim os pilares da estrutura sobre os quais se eregeria o campo publicitário das próximas décadas.

### NOVAS REGRAS, NOVO JOGO: CONTRACULTURA, REVOLUÇÃO CRIATIVA E A VIRADA DOS SESENTA

Após este período, que marcou o início da profissionalização do ofício da propaganda brasileira, a ingerência norte-americana seria novamente sentida algumas décadas depois, entre os anos 1950 e 1960. Foi a chamada Revolução Criativa (Tungate, 1996), iniciada nos Estados Unidos, que instituiu o modelo de negócio atual das agências, a valorização da criação, as campanhas conceituais e o funcionamento geral do mercado publicitário.

Naqueles anos, toda ebulição cultural e mudanças sociais que dariam origem ao *rock'n'roll*, aos *hippies*, à liberação sexual e aos movimentos políticos chegaram aos corredores conservadores da Madison Avenue. A contracultura fez a cabeça de jovens publicitários que queriam mais do que vender sabonetes. Foi a partir dessa nova filosofia, calcada na criatividade e na inovação e inaugurada em Nova York por figuras lendárias como David Ogilvy e Bill Bernbach, que a publicidade pode ser considerada um campo de produção autônomo.

Um campo vinculado, evidentemente, às leis da economia, mas que passa a funcionar segundo uma lógica própria. Uma lógica que, por sua vez, é produto da negociação ou mesmo da disputa entre os diversos interesses implicados na atividade publicitária – da mais objetiva necessidade de eficácia comercial aos mais disparatados devaneios criativos. Neste momento, é gestado o sistema de valores que guiará a atuação de publicitários no mundo inteiro: um modo de fazer propaganda que, ao passo em que está atento aos problemas de vendas e comunicação dos anunciantes, está igualmente (ou mais) interessado em criar peças criativas, impactantes, que ultrapassem a função vendedora para influenciar comportamentos, pensamentos e gostos. São novas regras, é um novo jogo.

## A DPZ E A REVOLUÇÃO NO BRASIL

A partir da década de 1950, começa a se delinear uma nova configuração no campo publicitário também no Brasil. Em 1949, a fundação da Associação Brasileira de Agências de Propaganda (Abap) é o primeiro passo no processo de institucionalização do campo publicitário, que nos anos seguintes veria a aprovação da Lei da Propaganda (Lei 4680/65),<sup>3</sup> e o surgimento de órgãos como o Conar,<sup>4</sup> Cenp<sup>5</sup> e IVC.<sup>6</sup>

No mercado, é notório que Standard, McCann e Thompson são verdadeiras escolas de propaganda, concentram grandes fatias do bolo publicitário e a maioria dos bons profissionais da área. Muitos destes jovens que faziam funcionar a produção de anúncios e *spots* eram imigrantes ou descendentes diretos, e traziam novas concepções do velho mundo, que ainda se recuperava da Segunda Grande Guerra.

108

Entre eles, estavam Roberto Duailibi, Francesc Petit e Jose Zaragoza. O primeiro, filho de libaneses e morador da Vila Mariana, começou no departamento de propaganda da Colgate e foi um dos primeiros alunos da Escola de Propaganda,<sup>7</sup> fundada em 1951. Lá, estudou redação com José Kfourri. Formou-se sociólogo na USP e participou do I Congresso Brasileiro de Propaganda, em 1957, do qual se originou a Abap. Até meados dos anos 1960, passou pelas três agências citadas e alcançou o topo do organograma na Standard, onde recebia um dos maiores salários da publicidade de então.

Duailibi foi redator, em um tempo em que o trabalho criativo era creditado somente a este profissional. Historicamente, os redatores publicitários eram jornalistas, escritores, intelectuais. Não existia ainda a função do diretor de arte. E a relação entre os dois lados, segundo testemunho do próprio Duailibi (2004), não existia ou era conflituosa. *“Não existia diretor de arte, tinha o layoutman. E o layoutman era, em geral, um cara vindo da gráfica, com uma formação de gráfico. Ele ainda vinha com aquele cheiro de*

3 Lei que regulamenta a atividade publicitária, inclusive a obrigatoriedade do pagamento de comissões pelos veículos às agências.

4 Conselho de Auto-regulamentação Publicitária.

5 Conselho Executivo das Normas-Padrão.

6 Instituto Verificador de Circulação.

7 Hoje, Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).

*tinta e ele se confrontava com o redator, que era um intelectual em geral [...]”.* Alguns anos depois, Duailibi formaria a primeira dupla de criação que se tem notícia no Brasil, com Eric Nice, diretor de arte da Thompson.<sup>8</sup>

Esse cenário começa a mudar com a chegada, no Brasil, de profissionais como Petit e Zaragoza, que vinham da Escola de Belas-Artes de Barcelona, na Espanha. Zaragoza passou a primeira metade da década de 1950 na Thompson. Em 1956 foi transferido para o escritório de Nova York. Na sequência, trabalhou na emissora americana NBC e passou dois anos pesquisando arte na Europa. Quando voltou ao Brasil, foi como sócio do Metro 3, escritório de design que, com menos de um ano de abertura, era reconhecido no mercado e prestava serviço para as grandes agências. O próprio Duailibi, de quem Zaragoza seria sócio depois na DPZ, conta como o diretor de arte foi importante para subverter o lugar que era então reservado aos profissionais responsáveis pelo visual dos anúncios.

109

*Se o contato aparecesse com um leiaute que não tinha sido aprovado pelo cliente, ele (Zaragoza) rasgava o leiaute na frente do contato. Então, começou também a ser esse relacionamento estranho, porque era um layoutman que enfrentava o contato, que era o máximo de autoridade dentro da agência. O pessoal começou a respeitá-lo e começou a assumir o compromisso de não voltar com o leiaute recusado. Porque o leiaute era uma commodity. ‘Vai fazendo aí até o cliente gostar’. E já o leiaute como obra de arte, que era outra coisa também muito importante.*

Outro proprietário do Metro 3 era Francesc Petit, também espanhol. Desenhista exímio ficou conhecido por, antes mesmo de entrar no mercado de agências, ter criado o tucano que seria símbolo da Varig por décadas. Passou pela Thompson, onde conheceu Zaragoza, e pela McCann, onde se tornou parceiro de Duailibi, que também prestava serviços de redação para o Metro 3.

A empresa de design, na verdade, foi o embrião do que seria, depois, a Duailibi, Petit, Zarazoga Propaganda Ltda (DPZ). Já em plena ditadura militar, a propaganda brasileira era fortemente influenciada pelos impulsos criativos que vinham do norte, cujo melhor exemplo eram as

8 Em entrevista de 2004 à Fundação Getúlio Vargas, Alex Periscinoto, ex-sócio da Almap e contemporâneo de Duailibi, também reivindica o mérito por ter trazido as duplas para sua agência, no ano de 1960, após uma temporada na DDB, em Nova York.

campanha do *New Beetle* (no Brasil, o Fusca). Nos anúncios e *outdoors*, os títulos provocadores e o casamento entre texto e imagem (os famosos blusa e saia)<sup>9</sup> finalmente chegam ao país, pelas mãos principalmente de publicitários como os proprietários da DPZ. O contexto cultural, de um modo geral, era fervilhante. Na música, havia a Tropicália, a MPB. O Cinema Novo vivia sua fase áurea. Em 1965, a televisão ganhou a Rede Globo e o *video-tape*, o que mudou para sempre a produção de filmes publicitários para o meio.

A DPZ começou a operar em São Paulo em 1968 tendo como base o lema “Verdade, originalidade, bom gosto e moral nos negócios”, ainda hoje utilizado. O país passava por uma crise econômica, de maneira que a empresa começou atendendo clientes pequenos, como a Fotoptica. Em 1972, com o aquecimento do mercado, a situação financeira da agência começa a melhorar, sobretudo, com a entrada da conta do Banco Itaú para sua carteira de clientes. Em 1973, a agência contrata um jovem redator, Washington Olivetto, que dois anos depois ganharia o primeiro *Gold Lion* no Festival de Cannes, com a peça “*Homem com mais de Quarenta Anos*”. Na década seguinte, Olivetto se tornaria a primeira estrela da propaganda brasileira e, nos anos seguintes, seria considerado o criativo mais importante de todos os tempos.

A grande diferença da DPZ com relação ao restante do mercado reside no fato de que, pela primeira vez, uma agência era fundada e comandada não por corretores de anúncios ou por diretores financeiros, mas por homens de criação. A criatividade, enfim, era algo a ser valorizado – e muito. A partir dali, agências e anunciantes passam a acreditar que inovação pode fazer diferença e até mesmo trazer resultados financeiros. Anúncios passam a ser criados como verdadeiras obras de arte – ao menos para seus autores. E publicitários de todo o Brasil passam a disputar as posições de vanguarda, reservadas àqueles que se arriscavam nas produções mais criativas e ousadas.

Ao adaptar as premissas da revolução criativa norte-americana à realidade local e levar a nova filosofia ao extremo, a DPZ altera o modo de funcionamento do campo. Inaugurando novas estratégias de legitimação,

9 Anúncios formados por uma imagem na parte superior e uma tarja com texto na seção inferior.

altera sobretudo os critérios de acúmulo de capital. Para um publicitário de fins dos anos 1960, o reconhecimento não é mais derivado somente da sua capacidade de gerar receitas para seus clientes – um critério de valoração essencialmente vinculado ao campo econômico. O prestígio, agora, vem principalmente da sua capacidade de criar. E o ofício de criativo passa a ser um lugar almejado por todos os recém-chegados ao campo.

### “HOMEM COM MAIS DE QUARENTA ANOS” E A CONSAGRAÇÃO DA PROPAGANDA BRASILEIRA

Se até os anos 1960 o anúncio impresso era o principal produto da propaganda, os 70 viram o nascimento da produção em escala de filmes publicitários. A chegada ao Brasil do videotape, em 1960, influenciou determinantemente no estabelecimento do formato. Seu pleno desenvolvimento, porém, só ocorre a partir de 1970, já que até este ano, a veiculação de mensagens comerciais na televisão era proibida.<sup>10</sup> Com a possibilidade de produzir cenas para serem veiculadas posteriormente e a liberação por parte do regime político, o comercial ganha as telas e começa a aparentar características semelhantes às do modelo atual.

Em especial, os filmes passam a ser narrativos, habitados por personagens. E feitos com recursos mais sofisticados do que os permitidos pelas inserções ao vivo que, geralmente, eram apenas demonstrações de produtos, à maneira do atual modelo responsável pela receita da maioria dos programas de auditório na televisão brasileira. Àquela altura, o Cannes Lions Festival, então Festival de Sawa,<sup>11</sup> já premiava produções dos países centrais, sobretudo Estados Unidos, Inglaterra, França e Itália. Na América Latina, a Argentina é a principal representante, com leões conquistados já na década de 1960. A primeira participação do Brasil no Festival ocorre em 1971, quando “*O Nobre*” ganha um leão de prata. O comercial da mortadela Swift foi criado pela Júlio Ribeiro Mihanovich e estrelado por Raul Cortez.

10 A proibição foi determinada pelo presidente Jânio Quadros em 1964.

11 Screen Advertising World Association. O Festival de Sawa surge oficialmente em 1953, como iniciativa de empresas exibidoras e distribuidoras de comerciais, naquela época veiculados somente nas salas de cinema. A premiação de filmes para a televisão inicia-se em 1964.



Já nos primeiros anos de realização, o Festival de Cannes é constituído como principal instância de consagração do campo publicitário. O evento serviria de inspiração para os que viriam depois, como o NYF International Advertising Awards, Clio Awards, El Ojo e, no Brasil, Prêmio Colunistas, entre muitos outros. A despeito da profusão de prêmios dedicados à publicidade, Cannes é desde o seu surgimento o lugar onde filmes publicitários são alçados à glória, sempre com base no seu valor de originalidade e inovação criativa. Suas estatuetas em forma de leões alados são a materialização daquilo que Bourdieu chama de capital simbólico. A apreciação do júri, formado por profissionais da área, é fator determinante da consagração de campanhas, agências e criativos.

112 |

O primeiro Gold Lion para o Brasil vem em 1975, para o filme “Homem com mais de Quarenta Anos”, criado na DPZ por Washington Olivetto e Francesc Petit. A peça, encomendada pelo Conselho Nacional de Propaganda e veiculada no Dia do Trabalhador, é parte de uma campanha de incentivo à contratação de profissionais mais velhos – à época, as empresas costumavam anunciar vagas de emprego com a idade máxima de 40 anos como pré-requisito. O filme de 1min30s mostra imagens de homens que obtiveram sucesso profissional depois desta idade, terminando com o rosto de Albert Einstein, e a locução *over* de um texto de Olivetto ressaltando as qualidades do profissional mais experiente. Nos segundos finais, o texto aconselha:

*Empregador, tire dos anúncios classificados da sua empresa aquela frase com preconceito em negrito “idade máxima quarenta anos”, e procure descobrir o talento e a vontade de trabalhar que podem estar escondidos dentro de uma cabeça coberta por cabelos brancos. Lembre-se que todos os homens que você viu aqui fizeram sucesso bem depois dos quarenta.*

Com esta peça, Olivetto inaugura algumas das convenções mais utilizadas na prática de criação de filmes publicitários no Brasil. Primeiro, a tradição do texto forte, impactante, que estabelece uma conversa com o espectador e busca afetá-lo pela emoção. Com esta geração de redatores representada pelo *golden boy* da DPZ, além da busca incessante pela *big ideia*, passa a existir maior preocupação com a construção do texto. Há ainda a relação entre texto e imagem, da qual deriva um argumento a

favor da ideia promovida pelo filme. Além de se tornar um modelo para o mercado em geral, esse tipo de comercial se tornará marca de Olivetto, presente em filmes como *"Hitler"* (1988), para a Folha de São Paulo, considerada pela Advertising Age como uma das 100 melhores propagandas de todos os tempos.

No período da produção de *"Homem com mais de Quarenta Anos"*, Olivetto e a DPZ iniciam uma longa parceria com um dos diretores de comerciais mais reconhecidos do mercado nacional e internacional. O polonês Andrés Bukowinski iniciou sua trajetória na Argentina e, em 1973 chega ao Brasil para inaugurar a produtora Abafilmes com três Gold Lions na bagagem conquistados para clientes argentinos. Especialista na nova estética de vanguarda que vinha sendo praticada nos Estados Unidos, Bukowinski e sua produtora tornam-se de imediato referências na produção audiovisual de publicidade no Brasil.

Com a entrada do Brasil neste espaço específico de recepção e consagração que é o Festival de Cannes, a publicidade brasileira passa a existir no cenário internacional e a disputar capital simbólico com gigantes como Estados Unidos e Inglaterra. E, embora o mercado brasileiro fosse muito inferior no que diz respeito aos números, sua capacidade criativa é prontamente reconhecida por seus pares mais abastados.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi lançar um olhar analítico sobre as informações históricas que compõem a trajetória do campo publicitário brasileiro, desde o surgimento dos primeiros anúncios, até o início do processo de consagração do Brasil no mercado internacional. Analisando os sucessivos estados do campo, posições construídas e ocupadas, agentes e disputas, foi possível compreender em linhas gerais sobre quais estruturas se fundaram e como se desenvolveu o jogo publicitário.

É possível concluir sobre a importância da figura do redator, historicamente um intelectual, na construção da posição que será ocupada décadas depois por Washington Olivetto. Foi possível ainda concluir sobre a importância da influência norte-americana na propaganda nacional, e sobre como essa ingerência foi absorvida pelo campo de maneira que,

anos depois, o mercado era dominado por agências brasileiras operando segundo as regras criadas em Madison Avenue. Foi possível sobretudo compreender como o ofício criativo foi gestado como lugar de maior importância, e como a inovação foi construída como valor imprecindível à prática publicitária.

Já a comparação entre a análise do estado do campo publicitário naquele momento e a do produto deste campo que merece o reconhecimento internacional permite supor que a consagração do filme da DPZ representa uma homologia entre o contexto produtivo e o que Bourdieu chama de “espaço das obras”. De um lado, havia o espaço da produção, ocupado por agentes imersos em um novo *habitus* – a crença obstinada na propaganda criativa e inteligente. De outro, havia o espaço dos produtos, profundamente alterados por esse novo modo de pensar e criar, além das mudanças tecnológicas e econômicas do contexto global.

114 |

É verdade que um fenômeno complexo, contruído ao longo de um período de tempo de quase 100 anos, merece mais atenção em cada uma de suas fases. Esta pesquisa, porém, tem o mérito de estabelecer os princípios estruturais da constituição e desenvolvimento do campo publicitário brasileiro.

## REFERÊNCIAS

- ABREU, Alzira Alves de; PAULA, Christiane Jalles de (Coord.). *Dicionário Histórico-Biográfico da Propaganda no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA. *História da Propaganda Brasileira*. São Paulo: Editora Talento, 2005.
- BRANCO, Renato Castelo; MARTENSEN, Rodolfo Lima; REIS, Fernando (Coord.). *História da Propaganda no Brasil*. São Paulo: T.A. Queiroz, 1990.
- BOURDIEU, Pierre. *As Regras da Arte: gênese e estrutura do campo literário*. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Cia. Das Letras, 1996.
- CLUBE DE CRIAÇÃO DE SÃO PAULO. *História da Propaganda Criativa no Brasil*. São Paulo: CCSP, 1995.

- DUAILIBI, Roberto. *Roberto Duailibi (depoimento, 2004)*. Rio de Janeiro: ABP – Associação Brasileira de Propaganda, 2005.
- FOX, Stephen. *The Mirror Makers: the History of American Advertising and Its Creators*. New York: Illini, 1997.
- MARCODES, Pyr. *Uma História da Propaganda Brasileira*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.
- PERISCINOTO, Alexandre José. *Alex Periscinoto (depoimento, 2004)*. Rio de Janeiro: ABP – Associação Brasileira de Propaganda, 2005.
- TUNGATE, Mark. *Adland: a Global History of Advertising*. Philadelphia: Kogan Page, 2007.
- WACQUANT, Loïc. Habitus. *International Encyclopedia of Economic Sociology*, London: Houtledge, p. 315-319, 2005.



# VISIBILIDADE E RECONHECIMENTO DO CINEMA DAS PERIFERIAS E O CAMPO DO AUDIOVISUAL

*Daniela Zanetti*

## AS PERIFERIAS EM DESTAQUE NAS TELAS

Mais de 10 anos após o sucesso alcançado pelo longa-metragem *Cidade de Deus* (2002), muito se tem falado sobre o lugar das periferias na esfera da visibilidade pública. Esta obra – pensada como um marco no que se refere à utilização de espaços e atores (e “não-atores”) das favelas e periferias brasileiras para o estabelecimento (ou a tentativa) de uma nova forma de representação e de narrativas que justamente levassem em conta esses espaços da cidade e seus moradores – extrapolou sua dimensão estética, e trouxe à tona questões relativas também à dimensão política da produção audiovisual no Brasil. Nesse período, efetivaram-se políticas públicas destinadas a “democratizar” o acesso a recursos para o desenvolvimento de filmes e vídeos e, não menos importante, houve considerável ampliação de festivais e mostras de audiovisual, que se espalharam pelo país nos últimos 10 anos.

A ideia de que a década de 1990 trouxe uma mudança de paradigma no modo de representação de espaços historicamente concebidos como sendo lugares de pobreza e de exclusão (como as favelas e as periferias urbanas) no cinema e na televisão, seguida de sua consolidação nos anos 2000, é defendida em diversos estudos sobre a produção cinematográfica

e televisual brasileira contemporânea.<sup>1</sup> Com isso, a “invisibilidade relativa” das favelas e periferias se alterou, intensificando as representações não somente da pobreza, mas também da violência e da criminalidade nesses espaços, “processo que estimula a disputa em torno do controle do que merece e do que não merece se tornar visível e de acordo com que convenções”. (HAMBURGER, 2007, p. 120)

Para Xavier (2006), essa mudança de postura vai desencadear um processo de aproximação com o “outro” que culmina, nos anos 2000, com as próprias experiências de autorrepresentação de sujeitos antes retratados. Pode-se notar na trajetória do cinema brasileiro uma tentativa de construir uma representação deste “outro” baseando-se cada vez mais numa aproximação com a realidade de novos atores sociais, num processo de constante descoberta de distintos personagens e espaços periféricos, até um momento em que esses mesmos atores sociais tomam para si o controle de suas próprias representações e falem por si mesmos, fenômeno que vem se fortalecendo no Brasil desde o início deste século XXI.

Enquanto no cinema essa mudança no nível das representações se estabelece com força nos anos 1990 (se efetivando nos anos 2000),<sup>2</sup> na TV essa tendência se torna mais evidente somente na década seguinte. A produção ficcional da Rede Globo instaurou uma tendência ao posicionamento de viés humanitário com relação a questões de caráter social, traduzida em certa medida pela incorporação, a partir da segunda metade dos anos 1990, de novos atores sociais, novos cenários, e novas problemáticas da vida social. (KORNIS, 2007) Favelas e periferias ganharam lugar de destaque em diversas produções televisivas no Brasil nos últimos anos. Espaços e personagens antes relegados às margens da narrativa passaram a figurar entre os elementos principais do enredo. (LOPES, 2008) O seriado *A turma do Gueto* (2002-2004) e a novela *Vidas Opostas*

1 Ver Xavier (2001, 2006, 2007), Hamburger (2005, 2007), Bentes (2007), Kornis (2006, 2007), Souza (2004), Lopes (2008, 2009), Ramos (2008), Guimarães (2002), Nagib (2003, 2006).

2 Exemplos de filmes das duas últimas décadas que deslocam para o centro da narrativa personagens e ambientações vinculados às periferias e favelas e investem em novas dinâmicas de representação do “popular” são: *Tropa de Elite* (2007), *Central do Brasil* (1998), *O invasor* (2002), *Notícias de uma guerra particular* (1999), *Prisioneiro da grade de ferro – auto-retratos* (2003), *Carandiru* (2002), *Ônibus 174* (2002), *Cidade Baixa* (2005), *Madame Satã* (2002), *Orfeu* (1999), *Boca de lixo* (1992), *Babilônia 2000* (2001), *Santa Marta, duas semanas no morro* (1987), *Estamira* (2006), *Falcão, meninos do tráfico* (2006), *Cidade dos Homens* (2007), *Antônia* (2006), entre outros.

(2006-2007), da TV Record; o programa *Central da Periferia* (2006), as séries *Cidade dos Homens* (2002-2005), *Antônia* (2006-2007) e *Subúrbia* (2012), e novelas como *Duas Caras* (2007-2008), *Avenida Brasil* (2012) e a mais recente *Salve Jorge* (2012) são exemplos dessa espécie de retorno ao popular no que tange à representação das periferias e utilização de seus espaços como ambientação principal. É sabido, contudo, que a presença da “nova classe média” nas narrativas televisuais brasileiras não se deu de modo gratuito. Muito pelo contrário, trata-se de renovar em especial o produto telenovela para atender um novo mercado consumidor que, segundo Lopes e Mungiolli (2012), é uma parcela da população “que demanda por reconhecimento tanto simbólico, isto é, midiático, quanto real, materializado na entrada de 40 milhões de brasileiros no mercado de trabalho e de consumo”. (LOPES; MUNGIOLI, 2012, p. 129)

No Brasil, ao longo da primeira década do século XXI, essa espécie de “onda” das periferias se manteve como objeto de amplos debates – na mídia, no campo acadêmico e no interior dos movimentos sociais –, ocorrendo aí uma disputa discursiva em torno dos conceitos de “centro” e “periferia”. Por um lado, pregava-se a relativização do uso desses termos, considerando que o centro deixava de existir, uma vez que a periferia teria se tornado central enquanto fonte de inovações no campo cultural, por exemplo. Acirrou-se também um tipo de discurso de afirmação dos lugares de pertencimento, sendo a periferia entendida como território capaz de atribuir um tipo de capital social específico, não atribuído, portanto, aos indivíduos que não pertencem a este território. O debate em torno dos modos de representação desses espaços tornou-se mais presente e a profusão de obras audiovisuais sobre o tema revelou a existência de periferias e favelas menos homogêneas e não apenas circunscritas à violência do tráfico de drogas e à criminalidade. (HAMBURGER, 2007) Outra perspectiva, talvez menos categórica e mais “relativista”, foi sendo desenvolvida à medida que, por um lado, produtores “de fora” buscaram respostas no interior desses espaços, e, por outro lado, produtores “de dentro” começaram a desenvolver suas próprias obras audiovisuais e articular outros discursos.

Em decorrência de uma série de fatores – dentre os quais, em especial, a mobilização dos atores sociais por meio de organizações civis e a



implementação de políticas públicas voltadas para a chamada democratização e descentralização da produção e exibição audiovisual –, surgem diversas iniciativas que visam instrumentalizar jovens de baixa renda na prática da produção de cinema e vídeo, por meio de “oficinas de inclusão audiovisual”. Um dos elementos em comum entre esses projetos é o discurso da “autorrepresentação” por meio da narrativa audiovisual. Como parte das ações de inclusão social e cultural, parte-se do pressuposto de que produtores de audiovisual vindos das favelas e periferias poderiam desenvolver novos modos de representação desses espaços, como resultado de uma tentativa de “controlar os mecanismos de construção de sua imagem”. (HAMBURGER, 2007, p. 125) Esses novos mediadores da cultura estariam colocando em evidência os discursos de uma certa “marginalidade ‘difusa’ que aparece na mídia de forma ambígua, mas que podem assumir esse lugar de um discurso político urgente”. (BENTES, 2007, p. 254) Estabelece-se também uma contraposição clara entre violência/barbárie e cultura, no sentido de afirmar o quanto esta última não apenas poderia ser um “remédio” contra a primeira, mas também no sentido de servirem de “material simbólico” no processo criativo.

Porém, a grande quantidade de material que começava a ser produzida (em especial curtas-metragens, documentais e ficcionais) precisava ser vista, apreciada pelo público em geral, enfim, ganhar visibilidade na esfera pública. Muito embora a internet já começasse a se estabelecer como uma plataforma de disponibilização de vídeos – o YouTube surge em 2005 –, o modo como essa produção audiovisual das periferias começa a ganhar visibilidade de forma mais organizada é por meio da realização de mostras e festivais temáticos. Assim, a partir de 2007, surgem os festivais *Visões Periféricas* – que em 2012 teve sua 6ª edição – e *Cine Cufa*, realizados no Rio de Janeiro; *Cine Periferia Criativa*, em Brasília e *Favela É Isso Aí*, em Belo Horizonte. Em 2012, o *Festival Cine Favela de Cinema*, realizado em diversas comunidades da periferia de São Paulo, chega a sua 7ª edição, e a mostra *Territórios da Cidadania* tem sua estreia no Rio de Janeiro.<sup>3</sup>

3 É justamente nas maiores metrópoles brasileiras, cujos índices de criminalidade possuem maior visibilidade midiática, que essas iniciativas surgem e ganham maior destaque.

O que esses festivais possibilitam não é apenas a exibição e circulação de um conjunto de obras audiovisuais em si, mas essencialmente uma maneira de organizá-las, de agrupá-las a partir de uma ideia-chave: os moradores das periferias representando a si próprios, falando por si mesmos. Durante este período, a produção audiovisual das periferias se ampliou e também os festivais dedicados a essa espécie de “categoria” ou “gênero”, que integram um calendário amplo de eventos de cinema e vídeo.<sup>4</sup> Em paralelo, os festivais também favorecem outro aspecto: a visibilidade não apenas das obras, mas também de seus realizadores (diretores, roteiristas, atores, produtores). Ao utilizarem sistemas de premiação, esses eventos também atuam como instâncias de reconhecimento e consagração de novos agentes, ajudando a formar um campo de produção audiovisual que também agrega outros agentes: os jovens das comunidades; as ONGs ou instituições realizadoras das oficinas; as empresas ou instituições patrocinadoras/apoiadoras; os professores/“oficineiros”; os diretores, produtores e atores dos filmes; o público; os organizadores dos festivais; o júri de seleção e de premiação; a mídia especializada, entre outros. Note-se a estruturação de uma rede que, se num primeiro momento está vinculada a projetos com fins educacionais e/ou sociais, acaba por formar um circuito de produção, exibição, circulação e consumo dos filmes das periferias e, portanto, vinculado ao campo do audiovisual.

É talvez neste ponto que se torna adequada – e útil – a aplicação da teoria dos campos de Pierre Bourdieu, que traz consigo conceitos importantes como capital, trajetória social, reconhecimento e consagração. Ao se compreender a produção audiovisual das periferias como tendo uma dinâmica própria, uma lógica interna, é possível observar, por exemplo, como determinados tipos de capital (social, cultural, econômico) decorrem da vinculação dos produtores audiovisuais às periferias, considerando estes os lugares de origem ou de residência dos realizadores, e como esse aspecto se reflete nas obras.

---

4 Disponível em: <<http://www.forumdosfestivais.com.br/>>. Acesso em: 19 nov. 2012.

## O CAMPO COMO LUGAR DE ORGANIZAÇÃO INTERNA E DE DISPUTAS SIMBÓLICAS

A teoria dos campos tem como gênese as análises sociológicas empreendidas por Bourdieu a respeito dos campos literário e artístico, tendo como objetivo, entre outros aspectos, descrever e definir de que forma se revestem os mecanismos e os conceitos gerais de cada campo, objetivando compreender sua constituição e o que configura suas crenças internas e os mecanismos que lhe dão sustentação, o jogo de linguagem que o caracteriza e os aspectos materiais e simbólicos em evidência.

Em *As regras da Arte*, Bourdieu (1996, p. 15) defende que as instâncias de produção das obras literárias são passíveis de serem analisadas do ponto de vista sociológico, havendo, portanto, a possibilidade de se “compreender a gênese social do campo literário, da crença que o sustenta, do jogo de linguagem que aí se joga, dos interesses e das apostas materiais ou simbólicas que aí se engendram”. Para dar sustentação à sua teoria, o autor elabora o conceito de campo social.

O campo é entendido como “o espaço das relações de força entre agentes ou instituições que têm em comum possuir o capital necessário para ocupar posições dominantes nos diferentes campos”. (BOURDIEU, 1996, p. 244) É o espaço estruturado de posições e suas inter-relações, que são determinadas pela distribuição de diferentes tipos de recursos ou capitais, espécie de “poderes sociais” adquiridos. Os capitais fundamentais são o econômico, o cultural e o simbólico, sendo que o simbólico é a “forma de que se revestem as diferentes espécies de capital quando percebidas e reconhecidas como legítimas”. (BOURDIEU, 1990, p. 154) Como compreender as relações entre capital econômico e o capital simbólico? O capital simbólico diz respeito a um tipo de acumulação legítima – vinculada à trajetória do artista/autor – capaz de tornar um nome conhecido e reconhecido e resultando em capital de consagração “que implica em um poder de consagrar objetos (é o efeito de *griffe* ou de assinatura) ou pessoas (pela publicação, a exposição etc.), portanto, de conferir valor, e de tirar os lucros dessa operação”. (BORDIEU, 1996, p. 170) Por isso, Bourdieu afirma que: “O capital ‘econômico’ só pode assegurar os lucros oferecidos pelo campo – e ao mesmo tempo os lucros ‘econômicos’ que

eles trarão muitas vezes a prazo – se se reverter em capital simbólico”. (1996, p. 170) A partir da noção de capital, revela-se uma ambiguidade característica do universo da arte e que explicaria o modo como se dão os processos de entrada ou inclusão de novos atores no mercado. O campo, portanto, é o lugar de embate de forças, de lutas simbólicas, entre os que possuem determinados tipos de capital (social, econômico, cultural). A noção de campo funciona nesta pesquisa como instrumento de construção do objeto – a produção audiovisual de periferia – e sua localização no campo (mais amplo) de produção audiovisual independente. Parte-se do pressuposto de que a análise das obras audiovisuais (em sua dimensão interna) deve ser precedida por uma compreensão das condições de produção, das relações instituídas entre os agentes (produtores e realizadores, exibidores e outras instituições envolvidas) que de alguma forma sustentam um discurso baseado no conceito de “periferia”, considerando os processos de produção, reprodução, distribuição e consumo dos produtos e práticas de representação associados ao campo em evidência. Interessa compreender como ocorrem as relações entre as práticas dos agentes e as lutas em busca de reconhecimento e de consagração.

Essa abordagem fornece subsídios para uma análise sociológica dos fenômenos culturais da contemporaneidade, considerando as homologias estruturais que caracterizariam os diversos campos, o que pressupõe a existência de princípios de organização (interna e externa) específicos de cada campo.

## OS FESTIVAIS DE CINEMA COMO ESPAÇOS DE VISIBILIDADE E RECONHECIMENTO

Os conceitos de campo e de capital são fundamentais para se compreender o modo como se organizam os agentes no campo social em torno de suas lutas simbólicas, e como se efetivam práticas e se constroem representações no processo de produção e de consumo cultural. As obras, assim, são entendidas como produtos estreitamente associados ao contexto no qual são produzidos.

O campo em foco – a da produção audiovisual vinculada às periferias brasileiras – traz algumas especificidades do que poderia ser chamado de

campo de produção e exibição de obras audiovisuais das periferias, um subcampo do audiovisual independente brasileiro que, pelo menos em parte, existe em articulação com os movimentos sociais tradicionalmente chamados de populares (devido à atuação de organizações não governamentais e da sociedade civil nesse processo).

O contexto no qual surge o cinema de periferia se caracteriza, em primeiro lugar, pela ampliação dos processos de mediação “periféricos” fortalecidos pela expansão dos projetos sociais de arte, cultura e comunicação voltados para jovens de baixa renda e desenvolvidos por ONGs, fundações, associações, coletivos informais etc. Nesse contexto se expandem as oficinas de inclusão audiovisual, resultando numa intensa produção de vídeos (principalmente curtas-metragens). Esse cenário é resultado em parte da disponibilidade de recursos para a produção de obras audiovisuais através de leis de incentivo e de editais públicos, e da ampliação de espaços alternativos de exibição (festivais e mostras, canais na internet, canais de televisão públicos e educativos, canais fechados etc.). Assim, emerge um debate em torno do conceito de periferia, principalmente por conta de manifestações artísticas que ganham cada vez mais espaço na mídia, como a música (*hip hop, funk*),<sup>5</sup> as artes plásticas (grafite) e um tipo de literatura “marginal” (como a produzida pelo escritor Ferréz).<sup>6</sup> Novas representações da periferia se conformariam a partir de um conjunto significativo de bens simbólicos, especificamente no campo da arte e da comunicação. São vídeos, filmes, fotografias, jornais, emissoras de rádio, agências de notícias, *sites*, *blogs*, entre outros produtos culturais e artísticos, que falam sobre as periferias urbanas e que são feitos pelos próprios moradores desses “territórios de periferia”, principalmente situados nas regiões metropolitanas.

O cinema das periferias possui particularidades decorrentes de uma série de fatores externos que afetam o texto das obras neste âmbito, tais como: 1) as exigências inerentes aos editais públicos de fomento cultural e audiovisual, considerando ainda existência de editais específicos para

5 Ver Herschmann (2005).

6 Morador de Capão Redondo, periferia de São Paulo, Ferréz é escritor e rapper, autor de *Capão Pecado* (2000) e *Manual Prático do Ódio* (2003). Site do autor: [www.ferrez.com.br](http://www.ferrez.com.br)

realizadores das periferias (Estado); 2) as contrapartidas exigidas pelas agências governamentais e pelas empresas patrocinadoras (instituições privadas); 3) as condições de ordem simbólica propostas (ou impostas) pelas organizações não-governamentais e pelos movimentos sociais que muitas vezes são as promotoras dos projetos de audiovisual em favelas e periferias; 4) a falta de recursos, de equipamentos e de preparação técnica e artística, em alguns casos.

A produção audiovisual destacada neste trabalho está situada num espaço simbólico no qual se entrecruzam alguns campos, mais especificamente os que se referem ao vídeo comunitário (que surge a partir de alguns movimentos sociais) e à cadeia produtiva do audiovisual. Trata-se de uma produção de materiais audiovisuais, em especial curtas-metragens, dos mais variados gêneros e estilos, alguns amadores, outros mais profissionais, que surge nas favelas, periferias e subúrbios, em geral a partir de projetos sociais e culturais que promovem oficinas de inclusão audiovisual para jovens de baixa renda, normalmente através da atuação de ONGs, Pontos de Cultura, associações, projetos, coletivos, oficinas e escolas populares.

Esta produção audiovisual em foco, portanto, dialoga ainda com o cinema e a televisão – mercados já constituídos e espaços consagrados de produção audiovisual – considerando alguns aspectos relevantes: 1) a tematização das periferias e favelas no cinema e na televisão, responsável pela crescente visibilidade desses espaços na esfera pública e o surgimento de abordagens variadas sobre esses territórios; 2) a presença de profissionais do cinema e da televisão em cursos, oficinas, treinamentos na área de audiovisual viabilizados por projetos sociais e voltados para jovens de baixa renda; 3) a profissionalização, ainda que inicial, desses jovens para que também possam atuar no mercado televisivo e cinematográfico; 4) a ampliação do mercado de curtas-metragens, principal produto das oficinas de inclusão audiovisual e que dispõe de grande rede de exibição através de festivais, mostras, canais de TV específicos e da internet.

O surgimento de festivais e mostras temáticas dedicados ao cinema das periferias é um dos principais fatores de conformação desse “gênero”. Por isso, além das obras, a etapa de exibição dos filmes produzidos nas periferias – o que inclui as organizações responsáveis pelos festivais,

mostras, projetos de exibição em comunidades. O circuito nacional de festivais<sup>7</sup> agrega mais de 240 eventos audiovisuais,<sup>8</sup> entre iniciativas independentes e regulares de exibição e festivais tradicionais. Em grande parte desses eventos, o curta-metragem é o principal produto. Cada um desses festivais possui suas respectivas formas de premiação, que contemplam diversas categorias, constituindo assim um importante instrumento de reconhecimento e consagração dos agentes que já fazem parte do campo do audiovisual ou que pretendem ingressar nele. Nesse conjunto de eventos de audiovisual, destacam-se os temáticos, dedicados a produções que tratam de temas específicos, como meio-ambiente (Festival Internacional de Cinema e Vídeo Ambiental – Ecocine), direitos humanos (Mostra Cinema e Direitos Humanos na América do Sul), questões de gênero e diversidade sexual (Festival Mix Brasil de Cinema e Vídeo da Diversidade Sexual), ou que são direcionados a determinados tipos de obras audiovisuais (vídeos universitários, documentários, filmes etnográficos, animações, entre outros). Esse circuito de exibição contribui não apenas para ampliar os espaços de visibilidade de novos produtores do campo do audiovisual, mas também para tratar de questões representativas de diversos segmentos da sociedade.

Nesse contexto, se inserem os festivais de “cinema da periferia”, que também compõem uma espécie de categoria de eventos dedicados aos curtas-metragens. Ainda assim, o cinema da periferia não deve ser compreendido como algo isolado, “marginalizado”, ou essência de algum tipo de movimento organizado em torno de sua própria produção – muito embora de certo modo seja consequência da atuação de movimentos sociais que se engajaram em projetos de vídeo popular nos anos 1970 e 1980. (SANTORO, 1989) Trata-se hoje de considerar uma determinada constelação de discursos produzidos no contexto de núcleos de produção audiovisual das periferias que contribuem para constituir uma rede de articulação do audiovisual em favelas, periferias e outros espaços relacio-

7 Disponível em: <<http://www.forumdosfestivais.com.br/index.php>> ; <<http://www.kinoforum.org.br/guia/2009/index.php>>. Acesso em: 3 fev. 2013.

8 Disponível em: <[http://www.forumdosfestivais.com.br/o\\_que\\_e.php](http://www.forumdosfestivais.com.br/o_que_e.php)>. Acesso em: 3 fev. 2013.

nados, quase sempre com base no pressuposto da autorrepresentação, da busca de visibilidade através do audiovisual e da inserção neste campo.

As próprias políticas públicas para a área da cultura – na qual se inclui o audiovisual – que se pautam pelas ideias de equidade, de ampliação do acesso aos meios de produção simbólica, de descentralização da produção cultural – são fruto de reivindicações históricas da sociedade civil organizada em busca de maior inserção social e visibilidade na esfera pública para fazer valer suas lutas por reconhecimento. Da mesma forma, o discurso recorrente associado ao cinema da periferia defende o direito à autorrepresentação como forma de combate aos estereótipos nas representações midiáticas e também ao não reconhecimento de práticas comunicacionais originárias de determinados setores da sociedade. Com isso, traz para o debate público questões de ordem econômica (marginalização e privação de acesso a determinados bens materiais) e de ordem simbólica (discursos e representações recorrentes de discriminação em relação a determinados grupos e espaços sociais, por exemplo). A compreensão da convergência entre a atuação desses agentes (realizadores, produtores, exibidores, público) e o lugar que essa produção audiovisual específica ocupa, já aponta para o estabelecimento de relações de forças presentes neste contexto, e o modo como determinados agentes e instituições se apropriam da linguagem e dos dispositivos audiovisuais para sustentar a ideia da autorrepresentação, seja como ação política, educativa ou social. Com isso, demarcam um lugar de fala e de posicionamento na esfera pública.

Os festivais dedicados ao cinema das periferias com maior organização discursiva e capacidade de ganhar visibilidade constituem assim as principais instâncias de reconhecimento e consagração das referidas obras e realizadores. Por isso também contribuem para consolidar um discurso social organizado. Em princípio, a existência dessa categorização – o “cinema das periferias”, o “cinema da favela”, o “cinema das quebradas” – está fortemente determinada pela existência de um discurso unificador, presente essencialmente nos materiais de divulgação dos festivais, o que inclui sítios e *blogs* na *web*, *folders* e catálogos impressos. (ZANETTI, 2010) Partindo da premissa de que o cinema de periferia não traz apenas



um tema específico ou objeto como foco em suas narrativas, como compreender os elementos que unificam essa produção audiovisual?

Em geral, os textos institucionais dos festivais<sup>9</sup> trazem, de modo bastante recorrente expressões como visibilidade, identidade, diversidade cultural, pluralidade de vozes, representatividade e legitimidade, que funcionam como conceitos-chaves que embasam um discurso comum em torno de novos agentes produtores de bens simbólicos. Nota-se, por exemplo, uma crença no poder simbólico gerado pela visibilidade das obras e seus conteúdos, o que é ressaltado no discurso de valorização das próprias iniciativas (projetos sociais, oficinas, festivais, formação de redes etc.). Há uma ênfase na valorização da cultura como instrumento de transformação social e de “ativismo”, engajamento político; no caráter múltiplo e diversificado da cultura na contemporaneidade; na constituição de um movimento cultural através das práticas audiovisuais entre os jovens moradores de favelas e periferias, que poderiam ser chamados de “cineastas da periferia”. O discurso institucional dos festivais também ressalta as atitudes propositivas e o papel ativo por parte desses novos agentes, em lugar de um posicionamento passivo, ou seja, ser protagonista ao invés de ser “incluído”, atuar por trás das câmeras como realizadores, e não apenas na frente das câmeras, como personagem retratado, de modo a “dominar processos de produção e difusão”; as demandas por ampliação dos espaços de exibição de novos produtos audiovisuais.

Esses fragmentos textuais oferecem um panorama de uma construção discursiva que organiza, aglutina e atribui novos sentidos a uma produção audiovisual específica apresentada como sendo representativa das favelas, periferias, subúrbios. Nesse processo, legitima-se um determinado produto cultural, atribuindo-lhe não somente um valor e uma identidade, mas também uma função “política”, que é a de proporcionar maior visibilidade para os indivíduos e grupos sociais envolvidos nesse processo e suas obras. Para além da possibilidade de se autorrepresentar, de representar a própria realidade, ou de criar novas representações do mundo, o que se percebe é uma grande ênfase na utilização do audiovi-

9 Foram analisados textos institucionais veiculados nos materiais de divulgação (impresso e on-line) dos festivais *Visões Periféricas* e *Cine Cufa*, entre 2007 e 2009. Também foram realizadas entrevistas com seus realizadores.

sual como instrumento de produção discursiva e de posicionamento na esfera pública, principalmente levando-se em conta a amplitude que a produção imagética alcançou nas últimas décadas. É nesse sentido que muitos desses realizadores se consideram artistas “militantes”, engajados numa causa que tem relação direta com o “lugar” de onde enunciam.

Ao contrário do que se poderia imaginar, ou mesmo depreender de uma denominação ao mesmo tempo vaga e ampla como “cinema de periferia” – um termo que acaba sendo mais específico sobre o que não pretende abranger, e menos claro sobre o que realmente pode representar –, os produtos audiovisuais exibidos nesses festivais compõem um conjunto heterogêneo de trabalhos, tanto no aspecto temático, quanto estético. Ainda assim, é possível notar certa padronização das representações acionadas – em função basicamente da composição dos personagens e do tempo e do espaço nas narrativas –, e dos modos como se constroem as estratégias de efeitos junto ao público – ao priorizar programas de efeitos e recursos narrativos que valorizem a transmissão de mensagens ou ideias, ou que objetivem efeitos emocionais junto ao espectador.

## AS PERIFÉRIAS E SUAS NARRATIVAS DO COTIDIANO

A partir da análise de um conjunto de curtas-metragens exibidos nas edições de 2007 a 2009 dos festivais Visões Periféricas e Cine Cufa,<sup>10</sup> algumas considerações podem ser feitas sobre a dimensão interna dessas obras e os agentes e instituições que as criam, produzem e divulgam.

Tais obras, em geral, combinam dois modos de representação: um que de certa forma valoriza os espaços e sujeitos periféricos e um *status* privilegiado enquanto representativo de uma diversidade cultural e social; e outro que salienta a dimensão trágica de seu cotidiano, muitas vezes ocasionada pelo narcotráfico e pela criminalidade, ou ainda pela falta de

10 Os curtas-metragens foram escolhidos a partir dos próprios critérios de premiação dos festivais. Levou-se em conta também o lugar ocupado por determinados realizadores, e que de alguma forma já se consagraram como artistas no campo do audiovisual. Foram analisados os seguintes filmes: *Crônicas de um fato comum* (2007), *Neguinho e Kika* (2005), *Mina de fé* (2004), *7 minutos* (2007), *O filme do filme roubado do roubo da loja de filmes* (2006), *Rap, o canto da Ceilândia* (2005), *Raízes* (2007), *Raiz Pankararu* (2006), *Mais um* (2009), *Gritos da Alma* (2005), *O campim* (2007), *A cidade de plástico* (2008), *Cidade Cinza* (2007), *Picolé, pintinho e pipa* (2006), *A distração de Ivan* (2009), *Bibica* (2008).

oportunidades de inserção no mercado de trabalho. Nessa aproximação com o cotidiano, um dos aspectos que mais se destaca é a questão da violência (inclusive a simbólica), que perpassa quase todas as narrativas, funcionando ora como contexto, ora como personagem, e estabelecendo uma espécie de estigma. Disso resulta uma narrativa marcada pela presença de um sujeito capaz de conviver com certas adversidades, porém dificilmente rompendo com determinadas barreiras sociais impostas. A trajetória dos protagonistas mostra que dificilmente o “inimigo” (seja qual for a sua forma – pobreza, narcotráfico, falta de oportunidades) é vencido, mas aprende-se a conviver com ele amparando-se numa moral que valoriza o esforço pessoal e a justiça como caminho a ser seguido.

A exemplo de produções como a série televisiva *Cidade dos Homens*, a pobreza na favela não surge como tema central nas obras do cinema de periferia. As histórias são pautadas pelos conflitos pessoais dos personagens, deixando entrever seus pontos de vista sobre a realidade que os cerca. E isso inclui a relação com sua comunidade e com outros espaços da cidade. Já a contraposição entre a cultura e a criminalidade – como representação de uma escolha moral – é um elemento recorrente em vários curtas-metragens. Isso aparece de modo contundente nas produções que tratam da cultura *hip hop*, movimento de resistência que encontra na música uma alternativa à violência, uma forma de “sobreviver com dignidade” à realidade da periferia. Apesar das questões sociais permearem boa parte dos filmes (muito em função da exigência de alguns editais públicos de apoio à realização audiovisual), é a poética do cotidiano que serve de substrato para as histórias contadas/retratadas.

Um dos aspectos mais relevantes das narrativas do cinema da periferia é a ausência de um final feliz propriamente dito ou de soluções consoladoras. Ainda que os personagens consigam “se salvar” – do crime, da morte, dos conflitos familiares ou mesmo da pobreza – o clássico “final feliz” parece ser uma impossibilidade frente a um contexto social que se mostra pouco ou nada amistoso, e sem perspectivas de mudança. Os dramas pessoais estão vinculados a uma tragédia que se estabelece na dimensão social. Em lugar de um discurso de esperança, o que emerge nas narrativas é uma certa “moral da superação”: cada pequena conquista é sinônimo de uma grande vitória, fruto de muito esforço e empenho,

individual ou coletivo, como aparece nos filmes *Raízes* (a crença no grafite como combate à criminalidade), *Gritos da Alma* (a saída da prisão e a luta pela sobrevivência numa sociedade que discrimina), *Rap, o canto da Ceilândia* (a cidade surgida a partir de muito trabalho das camadas mais pobres da população, a luta dos moradores para se livrar do estigma de viver na periferia e a dedicação à música apesar do pouco retorno financeiro), *O Campim* (o esforço dos moradores para construir um campinho de futebol) e *Cidade de Plástico* (a dificuldade para se viver em habitações improvisadas). É notória a presença de uma moral que condena a escolha do mundo do crime. A cultura e as políticas públicas seriam elementos solucionadores de problemas relacionados às mazelas sociais. E a escolha do “bom caminho” representaria uma forma de escapar de um destino trágico, como sugerem os filmes *Crônicas de um fato comum*, *Neguinho e Kika*, *Mina de Fé*, *Sete Minutos* (este último enfatizando como o desejo de vingança acaba se voltando contra o protagonista), e também *Gritos da Alma*, *Raízes* e *Rap, o Canto da Ceilândia*, que assinala a opção pelo investimento no desenvolvimento de capacidades pessoais como forma de superar as adversidades da vida. Desse ponto de vista, o próprio discurso da comunidade *hip hop* através de seus vídeos se vale da coletividade – uma espécie de irmandade – como substrato capaz de possibilitar uma fuga do crime por meio da arte. Como afirma Mano Brown no DVD *100% Favela*, a realidade da periferia, em síntese, é a violência, a criminalidade, a desunião, e é no movimento *hip hop* que o jovem da periferia pode encontrar algum senso de comunidade, autoconfiança e autoestima que as condições sociais muitas vezes lhe nega.

A positivação da imagem dos espaços das periferias e seus moradores se efetiva através de um discurso de luta e superação, de adesão à arte e à cultura, de valorização do homem comum e da vida em comunidade, ressaltando ainda a existência de uma ética própria. Todavia, as consequências negativas ligadas ao tráfico de drogas é bastante recorrente, talvez até como forma de se mostrar como o contexto no qual se vive requer um investimento pessoal ainda maior. Ainda assim, essa positivação não é construída de forma esquemática, mas apresentando os personagens e protagonistas das histórias de modo a torná-los mais complexos e menos simplórios em sua constituição enquanto sujeito. Assim, não existe o

indivíduo bom ou mau *a priori*. Talvez o único personagem presente em várias narrativas que pode remeter a uma representação já estereotipada é o próprio traficante, aquele ao qual se atribui corriqueiramente o papel de uma espécie de antagonista (ainda que “habitando” o mesmo espaço). Verifica-se ainda uma disposição em assumir certa precariedade de produção como característica de uma “estética da periferia”. No curta-metragem *Bibica*, por exemplo, essa postura frente ao próprio produto final fica bastante evidente quando os jovens cineastas demonstram terem a consciência de que “nunca serão Hollywood”. Da mesma forma, alguns coletivos de realizadores também assumem essa disposição, evidente tanto no próprio nome quanto em manifestos: Filmagens Periféricas, Companhia Brasileira de Cinema Barato, Anti Cinema.

132

Articulando modos de produção e de posicionamento na esfera pública com determinadas estratégias narrativas adotadas, a própria ideia de autorrepresentação no cinema de periferia aparece como síntese de uma tensão que coloca em perspectiva dois tipos de experiência: 1) uma militante e que utiliza o argumento da autorrepresentação como expressão política, mais preocupada em se aproximar da realidade das periferias e garantir um lugar de fala para grupos sociais com pouca ou nenhuma visibilidade; e 2) uma que prioriza a experiência estética e a poética das obras, visando uma adequação à lógica midiática em busca do reconhecimento de seus realizadores no campo do audiovisual e, conseqüentemente, de sua inserção no mercado de trabalho. A busca por visibilidade, então, pode tanto estar relacionada ao reconhecimento social e à valorização de indivíduos, grupos e espaços periféricos, quanto a determinadas capacidades dos realizadores da periferia de se integrarem ao campo audiovisual.

Ainda assim, a ideia de autorrepresentação está presente de modo mais contundente no discurso que sustenta este cinema específico, recorrendo à periferia como tópico, como espaço que agrega gostos próprios, visões de mundo, uma outra estética. Por outro lado, a periferia concreta, representada pelas várias localidades que servem de contexto para os filmes, é o pano de fundo para se tratar de temas diversos. A questão central de cada filme não parece ser o problema de como se autorrepresentar – e esse aspecto não se transforma numa “bandeira de luta” –, mas exatamente as

situações cotidianas vivenciadas pelos moradores das periferias. A vinculação à periferia, então, se torna um elemento essencial dessas narrativas.

O discurso institucional difundido pelos festivais, projetos de inclusão audiovisual e de uma parcela considerável dos realizadores deste campo de produção específico atribui grande importância às possibilidades de autorrepresentação, e o que justamente se busca combater na representação não endógena das periferias são os estereótipos e as imagens negativas. Todavia, é um discurso que se mostra genérico e que não aponta necessariamente soluções narrativas e estéticas que viabilizem uma efetiva “transformação” das construções imagéticas em jogo. Parte-se do pressuposto de que bastaria dominar os processos de criação/produção/exibição para se garantir uma “legitimidade” discursiva e imagética. Assim, as estratégias estéticas e narrativas observadas num conjunto de filmes das periferias não pressupõe um tipo de representação pré-concebida que supostamente determina o que seria um modelo ideal de “autorretrato” de grupos e espaços sociais. Apesar de alguns pré-requisitos serem adotados nas metodologias das oficinas de inclusão audiovisual, toma-se como base o investimento na linguagem audiovisual para tratar de questões do cotidiano dos indivíduos.

## DOIS FILMES E UM PROCESSO DE EMANCIPAÇÃO

Ao longo desse processo de “amadurecimento” no que se refere à construção imagética das periferias por elas mesmas, dois longas-metragens recentes ilustram bem a heterogeneidade do cinema das periferias e o modo como elabora formas distintas de representação social. Em comum, são trabalhos que demonstram uma certa “emancipação” desse “gênero”, sendo assistidos nas “telas grandes”, em festivais e salas de cinema, por um público mais amplo e diversificado. Disso, resulta em maior reconhecimento de seus realizadores no próprio campo do audiovisual.

Um desses filmes é *Cinco vezes favela, agora por nós mesmos* (2010), que chegou a ser exibido no Festival de Cannes no mesmo ano. Em seguida, chegou às salas de cinema e ao DVD, também sendo comercializado por vendedores ambulantes de DVDs piratas, um indicador de popularidade da obra. O longa é composto por cinco curtas-metragens

escritos, dirigidos e realizados por jovens cineastas moradores de favelas do Rio de Janeiro,<sup>11</sup> todos inicialmente vinculados a organizações/projetos de inclusão audiovisual (CUFA, Nós do Morro, Observatório de Favelas, AfroReggae e Cidadela/Cinemaneiro). O filme foi produzido pela Luz Mágica Produções, do cineasta Carlos Diegues que, em 1961, realizou *Cinco vezes favela* junto com Joaquim Pedro de Andrade, Leon Hirszman, Marcos Farias e Miguel Borges. O fato dos diretores serem moradores de comunidades pobres é um aspecto que atribui valor à obra – capital simbólico – e isso é ressaltado no texto de divulgação do filme:

‘5 Vezes Favela, Agora Por Nós Mesmos’ é um filme em 5 episódios totalmente concebido e realizado por jovens moradores de favelas da cidade do Rio de Janeiro. A partir da observação de uma nova e vigorosa cultura que vem emergindo das favelas cariocas, os produtores Carlos Diegues e Renata de Almeida Magalhães resolveram montar um projeto cujo objetivo principal foi o de proporcionar aos jovens talentos das comunidades as mesmas condições de produção de qualquer filme de médio porte brasileiro. A idéia era abrir novas portas para caminhos de expressão própria e, sobretudo, permitir o acesso à economia formal do cinema. O resultado é um longa-metragem formado por cinco histórias independentes entre si, cômicas e trágicas, que refletem as múltiplas faces do cotidiano dos moradores das favelas e fogem dos estereótipos violentos que costumam se perpetuar na representação da vida nas comunidades<sup>12</sup>

134

No *trailer* do filme, o texto inicial ressalta: “Você já viu a favela dos bandidos. Você já viu a favela dos policiais. Agora você vai ver a favela dos moradores”. A marca do Globo Filmes, que aparece na tela em seguida, também já indica o posicionamento da obra dentro do campo do audiovisual.

Os diretores da versão 2010 de *Cinco vezes favela* participaram de oficinas profissionalizantes de audiovisual ministradas por diretores já consagrados, como Nelson Pereira dos Santos, Ruy Guerra, Walter Salles, Fernando Meirelles, Daniel Filho, entre outros (como pode ser

11 Luciana Bezerra, Cadu Barcellos, Luciano Vidigal, Rodrigo Felha, Cacau Amaral, Manaíra Carneiro e Wagner Novais.

12 Disponível em: < <http://www.facebook.com/5xfavelaofilme/info>>. Acesso em: 22 jan. 2013.

lido na contracapa do DVD). Ainda que certo conteúdo “militante” seja decisivo para a sustentação do cinema da periferia, o que se percebe é a existência de uma preocupação estética, considerando que a base das oficinas de inclusão audiovisual em geral passa pelo conhecimento do que sejam o cinema e a televisão, suas principais diretrizes, suas regras internas e seus cânones.

Dois anos depois, os mesmos diretores lançaram o documentário *Cinco vezes pacificação* (2012),<sup>13</sup> que trata da presença das Unidades de Polícia Pacificadora (UPP’s) nas favelas cariocas. No *trailer* do filme,<sup>14</sup> verifica-se novamente a ênfase dada ao lugar de pertencimento dos realizadores, atribuindo-lhes um valor específico que representaria um tipo de capital social: “Realizado por cineastas moradores de favelas”; “Dos mesmos realizadores de *5Xfavela, agora por nós mesmos*”; “As UPP’s vistas por quem vive o dia a dia das comunidades cariocas”. No início e no final do *trailer*, contudo, outras duas informações funcionam como dispositivos de reconhecimento e de consagração, ao situarem o lugar da obra (e de seus realizadores) no campo audiovisual: as organizações envolvidas no projeto (H20 Filmes, do cineasta Fernando Meirelles; Rio Filme; e Luz Mágica Produções), e os festivais nos quais o filme já foi exibido, como Unasur Cine (Argentina), Brasilcine (Suécia), *Première Brasil* (Nova York) e Festival do Cinema Brasileiro (Paris).

O outro longa-metragem em questão é o documentário *A cidade é uma só?* (2011), de Adirley Queirós. O filme, que teve coprodução da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e do Ministério da Cultura, foi exibido na TV Brasil e circulou por diversos festivais, conquistando o Prêmio da Crítica na Mostra de Tiradentes (2012) e a Menção Honrosa na Semana dos Realizadores (2011). O longa, dirigido e roteirizado por um cineasta de Ceilândia, cidade satélite de Brasília, trata do permanente processo de exclusão territorial e social que sofre grande parte da população do Distrito Federal desde a fundação da cidade. Trata-se de uma produção da periferia, sobre a periferia, e que consegue não apenas visibilidade para além dos circuitos restritos dos festivais de cinema das

13 Dirigido por Cadu Barcellos, Luciano Vidigal, Rodrigo Felha e Wagner Novais.

14 Disponível em: <<http://5xpacificacao.com.br/>>. Acesso em: 22 jan. 2013.



periferias, mas também reconhecimento dos agentes inscritos no próprio campo do audiovisual.

Neste seu primeiro longa-metragem, Adirley Queirós – diretor do curta mencionado acima *Rap, o canto da Ceilândia* – apresenta três personagens que relatam suas experiências como moradores da periferia de Brasília, sendo que apenas um deles interpreta a si mesmo: a cantora popular que relembra o processo de remoção da população pobre de Brasília para as então recém-criadas cidades-satélites. Os outros dois – amigos do diretor – se fazem passar por um corretor de imóveis em busca de novos negócios nas periferias do Distrito Federal, e um trabalhador que se candidata a vereador, com direito a panfleto e *jingle*. Ficção e realidade se mesclam e se confundem através de diversas situações criadas, quase sempre encenadas, mas que fazem parte do cotidiano dos personagens reais da narrativa – como circular pelas “nobres” áreas centrais de Brasília e entre suas mais conhecidas obras arquitetônicas (de carro, de ônibus ou a pé). A “opressão” da cidade sobre o indivíduo comum se faz representar em diversas cenas nas quais vemos os personagens diminuídos frente às esferas de poder, representadas ora pelo conjunto arquitetônico da cidade – em contraste com as construções precárias das cidades satélites – ora pelo aparato institucional do qual nem todos podem se beneficiar. O modo como o corpo desses indivíduos se relaciona com a cidade é que está em pauta e que, no caso deste documentário, mais uma vez não apresenta um final consolador. Pelo contrário, não dá margem para uma solução dos impasses sociais colocados aos protagonistas.

No que se refere às condições de produção dessas obras, enquanto *Cinco vezes favela – agora por nós mesmos* tem como base um aparato institucional que reúne projetos reconhecidos de inclusão audiovisual nos grandes centros urbanos brasileiros (sendo capaz de mobilizar diversos agentes consagrados no campo do audiovisual), *A cidade é uma só?* surge de uma iniciativa individual – de um “cineasta da periferia” – que consegue recursos através de um edital público. Em comum, ambos utilizam as imagens dos moradores e dos espaços das periferias, em contraste/conflito ou em combinação/harmonia com as outras partes da cidade: ora apresentam uma cidade única, integrada, e com igual forma de participação dos indivíduos, que compartilham espaços em comum;

ora apresentam uma cidade fragmentada, dividida, ou mesmo isolada. Tal forma de representação não seria também um reflexo da maneira como os realizadores dessas obras se relacionam com as periferias onde vivem? Ou ainda das formas de inserção e de circulação no campo audiovisual dos realizadores das periferias?

### ALGUMAS CONCLUSÕES

Apesar dos movimentos sociais ligados à inclusão audiovisual serem historicamente associados ao chamado vídeo popular – podendo este estar na gênese do cinema da periferia –, verifica-se o surgimento de um campo independente muito mais próximo do campo audiovisual do que propriamente dos movimentos sociais. Estes funcionariam mais como agentes de mediação: as organizações existiriam muito mais em função de facilitar o acesso aos bens materiais e simbólicos necessários (capital econômico, cultural, social) e a modos de atuação na esfera pública. Tal articulação tirou a exclusividade da figura do realizador-intelectual como sujeito que outrora assumia para si a responsabilidade de “mostrar” a sociedade. Hoje, esses profissionais do cinema (e também da televisão) continuam presentes no processo, mais como formadores nas oficinas oferecidas nas periferias, juntamente com educadores e ativistas sociais, com o objetivo de apresentar os princípios que norteiam a prática do audiovisual.

O cinema de periferia constitui uma produção bastante heterogênea, mas também traz certas recorrências temáticas e narrativas, através das quais é possível depreender algumas estratégias de autorrepresentação em comum, demonstrando uma tendência imagética e discursiva que caracteriza determinado conjunto de filmes. Alguns argumentarão, todavia, que não se trata de uma fala “pura”, “original” ou essencialmente “autêntica”, representativa de fato dos moradores das favelas e periferias, devido à interferência de outras instituições mediadoras, como as ONGs, movimentos sociais, empresas apoiadoras, educadores, Governo e os próprios festivais. Mas não poderia ser diferente, pois todos esses agentes também constituem o campo do cinema de periferia.

Com relação às questões que se sobressaem dos textos relativos aos festivais, encontramos nos produtos do cinema da periferia maior ênfase nos temas sobre, por um lado, violência e criminalidade, conflitos sociais e discriminação (que aparecem pouco no material institucional); e, por outro lado, identidades coletivas, diversidade cultural, valorização da arte e da cultura (principalmente quando relacionados à cultura hip hop). A ideia de visibilidade não aparece como tema de modo evidente, mas pressupõe o ato da enunciação, principalmente nos curtas-metragens não-ficcionais: quem fala é o indígena, o ex-presidiário, os jovens negros, o artista do grafite, o morador da periferia.

Talvez por isso, o diferencial dessas obras, em parte, se encontra no plano da enunciação. Se no Brasil do Cinema Novo havia a necessidade do cineasta/intelectual retratar as classes populares para a sociedade, ou, posteriormente, dos movimentos sociais construir uma fala institucionalizada e “pedagógica” em nome dos marginalizados e dos subalternos, o que o cinema de periferia revela é uma tomada de posição de sujeitos (coletivos e individuais) ao assumirem, por meio da linguagem audiovisual, um lugar de fala que lhes pertence. Trata-se de um lugar concreto – a favela, a comunidade de periferia, o bairro do subúrbio –, e também um lugar simbólico – o “eu” enunciador, dotado de um capital cultural e social específico –, aspecto que confere aos cineastas das periferias um reconhecimento no campo do audiovisual. Contudo, o lugar onde vivem os realizadores do audiovisual é somente o ponto de partida para a constituição do cinema de periferia.

## REFERÊNCIAS

- BENTES, Ivana. Sertões e favelas no cinema brasileiro contemporâneo: estética e cosmética da fome. *ALCEU*, v. 8, n. 15. p. 242-255, jul./dez. 2007.
- BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense: 1990.

GUIMARÃES, César G. *A imagem e o mundo singular da comunidade*. In: FRANÇA, Vera (Org.). *Imagens do Brasil: modos de ver, modos de conviver*. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

HAMBURGER, Esther. Violência e pobreza no cinema brasileiro recente. *Novos Estudos Cebrap*. n. 78, p. 113-128, jul. 2007.

HAMBURGER, Esther. *O Brasil antenado: a sociedade da novela*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

HERSCHMANN, Micael. *O Funk e o Hip-Hop invadem a cena*. 2.ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2005.

KORNIS, Mônica Almeida. Cidade dos Homens e Falcão – meninos do tráfico: representações televisivas da realidade brasileira em tempos de debate sobre direitos e cidadania. In: GOMES, Ângela de Castro (Coord.). *Direitos e cidadania: justiça, poder e mídia*. p. 215-237. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

KORNIS, Mônica Almeida. Aventuras urbanas em Cidade dos Homens: estratégias narrativas de inclusão social em seriados ficcionais. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, n. 37, p. 119-141, jan./jul. 2006.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Brasil – panoramas ficcionais diante do novo, em busca do novo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; VILCHES, Lorenzo (Org.). *Mercados globais, histórias nacionais*: Anuário Obitel 2008. São Paulo: Globo, 2008.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Brasil – no limiar de novos rumos. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMES, Guilherme Orozco (Org.). *A ficção televisiva em países ibero-americanos: narrativas, formatos e publicidade*. Anuário Obitel 2009. São Paulo: Globo, 2009.

LOPES, Maria Immacolata; MUNGIOLI, Maria Cristina. Brasil: a “Nova Classe Média” e as redes sociais potencializam a ficção televisiva. In: LOPES, Maria; GÓMEZ, Guillermo (Org.). *Transnacionalização da ficção televisiva nos países Ibero – Americanos*. Anuário Obitel 2012. Porto Alegre: Sulina, 2012.

NAGIB, Lúcia. A língua da bala: realismo e violência em Cidade de Deus. *Novos Estudos Cebrap*, n. 67, p. 181-191, nov. 2003.

NAGIB, Lúcia. *A utopia no cinema brasileiro: matrizes, nostalgia, distopias*. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

SANTORO, Luiz Fernando. *A imagem nas mãos: o vídeo popular no Brasil*. São Paulo: Summus, 1989.

SOUZA, Maria Carmem Jacob de. *Telenovela e representação social: Benedito Ruy Barbosa e a representação do popular na telenovela Renascer*. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2004.

XAVIER, Ismail. Humanizadores do inevitável. *ALCEU*, v. 8, n. 15. p. 256-270, jul./dez. 2007.

\_\_\_\_\_. Corrosão social, pragmatismo e ressentimento. *Novos Estudos Cebrap*, n. 75, p. 139-155, jul. 2006.

\_\_\_\_\_. *Figuras do ressentimento no cinema brasileiro dos anos 90*. In: SOCINE, J. et al (Org.). *Estudos de cinema 2000*. Porto Alegre: Sulina, 2001.

ZANETTI, Daniela. O “cinema de periferia” e os festivais: práticas audiovisuais e organização discursiva. *Revista Comunicação & Sociedade*, São Paulo, ano 31, n. 53, jan./jun. 2010. Disponível em: <[www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/1536/1930](http://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/1536/1930)>. Acesso em: 4 fev. 2012.

# O MISTÉRIO MARKER: GÊNESE DE UMA OBRA AUTORAL

*José Francisco Serafim*

## INTRODUÇÃO

141

Abordar a obra deste grande cineasta, Chris Marker, que realizou durante sua longa vida mais de 60 filmes, não será tarefa fácil, tendo em vista não somente a grande quantidade de produtos realizados como, sobretudo, sua diversidade. Esse texto busca, assim, mostrar aspectos desta obra singular, pessoal, criativa, e que já podemos adiantar – autoral, e na relação desta com a trajetória deste peculiar cineasta, que atravessou os períodos mais criativos da história do cinema: passagem do som pós-sincronizado ao sincronizado, surgimento dos novos cinemas em diversos países, e mesmo mais recentemente, no uso das tecnologias digitais.

Marker terá sua obra reconhecida e premiada praticamente desde seus primeiros filmes, o que certamente facilitou sua inserção no campo cinematográfico. Ele é o autor de uma obra que muitos críticos e teóricos não conseguem ainda hoje enquadrar em um gênero específico. Marker transitará tanto pelo documentário quanto pelo ensaio fílmico, assim como pela experimentação, pela ficção e mesmo pelo *mockumentary* (falso documentário), fazendo prova de uma grande invenção, tanto imagética quanto sonora. Alguns elementos ou temas estarão presentes e serão recorrentes em muitas de suas obras, por exemplo, o Japão, país que conhecerá em 1965, quando se dá a realização do filme *O mistério Koumiko* e que estará presente em outras obras do cineasta, inclusive

em sua obra seminal, *Sem sol* (1983). A presença de um animal, o gato, apreciado pelo cineasta transitará em muitos filmes do realizador, sendo que um dos últimos filmes de Marker, *Chats perchés* (2004), será dedicado totalmente a este felino. Outra marca autoral na obra do cineasta é o uso do comentário, que será utilizado de forma criativa na feitura dos filmes (nesse sentido, podemos aproxima-lo de outro grande criador de comentários, Jean Rouch). Marker utiliza na escrita do comentário de seus filmes não a voz impessoal (voz de autoridade, de Deus), mas sim de proximidade, utilizando com muita frequência a primeira pessoa, o eu.

Chris Marker nasceu em 29 de julho de 1921 na França, país onde faleceu em 2012 no mesmo dia e mês do seu nascimento. Mesmo em relação a esse dado biográfico, ou seja, seu local de nascimento, Marker quando indagado, com sua ironia habitual, dizia ter nascido em Ullan Bator, na Mongólia, e ainda hoje não se conhece o real local de nascimento do cineasta. Raras foram as entrevistas feitas com Marker e praticamente somente deve haver uma dezena de fotografias mostrando o cineasta. Uma imagem do cineasta bastante utilizada é a fotografia na qual o vemos em companhia de Alain Resnais quando os dois foram contemplados com o prêmio Jean Vigo em 1955. Marker era avaro em revelar aspectos mais pessoais e mesmo de sua imagem, por exemplo, quando solicitado por um jornalista que enviasse sua foto, enviava no lugar a de um gato.

Pode-se, então, afirmar que o cineasta se exprimia através de sua obra fílmica, por meio da qual abordou questões relevantes como o trabalho de memória e sua relação com aspectos da história.

## TRAJETÓRIA

Marker inicia sua carreira profissional como jornalista e logo se interessa pelo cinema e se integra a um grupo de jovens vinculado a Rive Gauche (margem esquerda do rio Sena) parisiense, formado por Alain Resnais, Agnes Varda, Armand Gatti, Marguerite Duras entre outros. Todo o grupo vem do jornalismo ou da literatura e todos irão transitar em algum momento pelo cinema, o grupo se autodenominou Movimento Fílmico da Rive Gauche. Mais tarde, nos anos 1970, Marker se aproximara igualmente do sociólogo belga Armand Mattelard.

Chris Marker trabalhou inicialmente como jornalista, e migra para o cinema nos anos 1950, quando realizou seu primeiro filme *Olympia 1952* sobre os jogos olímpicos de Helsinki. Após esta primeira incursão pela realização, Marker deu continuidade a sua carreira no cinema colaborando com um jovem cineasta que se revelará como um dos mais criativos do cinema francês, Alain Resnais. Com este cineasta realizou, em coautoria, um filme documentário instigante sobre a arte africana em um período de fim do colonialismo francês na África, *Les statues meurent aussi* (1955). Com este filme os dois cineastas receberão o prêmio Jean Vigo. Mas, apesar desse precoce reconhecimento, o governo francês, vendo no filme um libelo e uma crítica ao anticolonialismo, o proibiu durante vários anos. Marker prosseguiu sua colaboração com Renais, sendo assistente em outros filmes do diretor e mesmo ator no documentário *Toda a memória do mundo*.

Durante esses anos iniciais, que podemos denominar de aprendizado, Marker será imediatamente reconhecido como um cineasta original pela crítica que observou nessas obras iniciais um olhar pessoal, criativo e por vezes poético. Fazem parte dessa safra inicial os filmes *Cartas da Sibéria*, *La jetée*, *Le mystère Koumiko*, entre outros.

Em 1963, Marker realizou um filme que dialoga com o cinema-verdade, e, sobretudo com *Crônicas de um verão* de Jean Rouch e Edgar Morin, intitulado *Le joli mai*, nesse filme é dada a palavra a alguns moradores da cidade de Paris durante o mês de maio de 1962, além da fala em direto desses personagens, há igualmente a presença da voz *over* (narração do cantor Yves Montand), que aborda aspectos da cidade, e mesmo dialoga com as falas dos personagens, tecendo comentários sobre o que foi dito por esses no plano anterior. Por exemplo, em um momento uma moça com uma pomba branca na mão diz acariciando a ave que ela era vilã e que não deveria agir daquela forma, querendo voar, o comentário aproveita-se dessa deixa e diz “Esta senhora tem razão a pomba não é bonita, é, além disso, um animal cruel e sujo” e aproveita para mostrar no plano seguinte uma ave de predileção de Marker, a coruja, vemos um plano próximo de uma mão acariciando a cabeça de uma coruja e o comentário que diz que “A coruja sim é bela, amável e profunda”, o comentário finaliza já anunciando o próximo plano “Sem dúvida é um erro querer buscar a



beleza na pomba, a poesia no poeta, quando existem corujas, pintores, cosmonautas, inventores amorosos e Pierrot, o taxista”, vemos a entrada de um homem no plano que será mostrado não como motorista de táxi, mas pintor amador. São essas sutilezas e interlocução entre imagem e comentário que fazem a riqueza do filme e da obra do cineasta.

Em 1967 Chris Marker filmou uma greve em uma usina na cidade do interior da França, em Besançon, e que resultou no documentário *A bientôt, j'espère* (1968), que será premonitório do movimento de maio de 1968. A partir desse filme Marker realizou com outros jovens cineastas (denominado grupo Medvedkine) uma série de documentários militantes e engajados dando a palavra aos operários na França. O movimento terá uma duração de sete anos, finalizando-se em 1974 e tendo sido realizados aproximadamente 13 filmes.

144

Ao longo dessa experiência, Marker, cineasta engajado em causas sociais pelo mundo, realizou filmes em Cuba, Chile, Brasil, Coréia, Vietnã, URSS, entre outros países. Mas será o Japão o país de predileção do cineasta e no qual realizara duas de suas obras mais pessoais: *O mistério Koumiko* e *Sem sol*.

Marker foi não somente um grande cineasta, mas igualmente um excelente fotógrafo, e dedicou à imagem estática dois de seus filmes. Em 1962, realizou um curta-metragem, *La jetée*, filme de ficção científica utilizando-se de fotografias para contar uma história que mescla presente, passado e futuro. É importante lembrar que este filme inspirou o cineasta Terry Gilliam na realização da ficção *Os doze macacos* (1995).

Em 1966 realizou o filme *Si j'avais quatre dromadaires*, no qual utilizou aproximadamente 800 fotografias realizadas em diversos países pelos quais havia viajado. No início do documentário uma cartela anuncia o teor do filme “Tema: um fotógrafo amador e dois de seus amigos comentam fotos escolhidas e tiradas em diversas partes do mundo”.

Certamente, o filme *Sem sol*, é um marco na trajetória desse cineasta. Realizado em 1983, é uma de suas obras mais instigantes, sendo denominado de filme-ensaio, com certeza poético. O filme com narração epistolar estabelece uma ponte, somente possível no cinema, entre, sobretudo, dois países o Japão e a Guiné-Bissau e vai além das dicotomias entre país rico/país pobre ou país do norte/país do sul. O filme foi apresentado em

vários festivais e foi premiado no Festival de Veneza e pelo British Film Institute no Reino Unido.

Nos anos 1990, Marker se interessou pelas tecnologias digitais e a possibilidade dos recursos multimídia, e dirigiu o filme *Level 5* (1996), no qual vemos um fato histórico, a batalha de Okinawa no Japão, ser abordado como tema para a criação de um videogame. Em 1998 Marker realizou uma obra bastante ambiciosa, o CD-ROM, *Inmemory*, no qual se apropriou das possibilidades tecnológicas da interatividade.

Além da realização de filmes, Marker escreveu vários textos, desde romances, a livros de fotografia que dialogam com a obra fílmica além dos dois volumes de *Commentaires* (1961 e 1967) nos quais o autor comenta alguns de seus filmes e as escolhas estéticas que nortearam a realização dos documentários.

## GEOGRAFIAS

Um dos eixos dominantes na obra do cineasta é o tema da viagem, estar em outros lugares, vivenciando experiências culturais distintas da sua, perceptível, sobretudo, no conteúdo e no tom do comentário que acompanha os filmes de Chris Marker.

Seu primeiro filme já nos apresentava outro tempo e espaço, a capital da Finlândia, Helsink e os jogos olímpicos de 1952. Após este primeiro filme que tem por tema os jogos olímpicos, Marker realizou um documentário em colaboração com Alain Resnais no qual colocou em cena objetos da cultura material africana. Nesse caso são mostrados, sobretudo, objetos de arte e imagens de arquivo que nos remetem à África colonizada pelos países europeus.

Em 1956 realizou um filme na China e em 1956 outro na Sibéria, que será considerado por muitos críticos uma das obras primas do cineasta, sobretudo pelo uso inventivo do comentário. Em 1961 faz uma viagem a Cuba onde realizou o documentário *Cuba si!*.

Marker viajou ao Japão em 1965 para realizar um documentário sobre os jogos olímpicos que estavam ocorrendo no país naquele momento, mas desistiu do tema ao conhecer uma jovem japonesa, Koumiko. Ele realizará com ela um filme bastante pessoal tentando compreender o

espírito japonês, através das perguntas que faz a Koumiko, inicialmente em tom de diálogo e posteriormente através de perguntas escritas que serão respondidas oralmente pela personagem através de uma fita gravada enviada ao cineasta. *O mistério Koumiko*, é o primeiro filme do diretor dedicado ao Japão. Este país estará presente em outras obras do cineasta, como no já citado *Sem sol*, e através do diálogo que estabelece com outras partes do globo, sobretudo a Guiné-Bissau, mas também com a Islândia, a San Francisco do filme *Vertigo* de A. Hitchcock ou mesmo Paris.

Se Chris Marker é um cineasta do outro tempo e espaço, os filmes do diretor ao mostrar espaços socioculturais diferentes daqueles de sua origem, não os mostra como locais exóticos, mas servem ao cineasta para se indagar sobre dados de um cotidiano que extrapola essa relação de estranhamento. Por exemplo, no início de *Sem sol*, quando um casal de idosos vai até um templo para gatos, ouvimos o comentário,

146

*Eu gostaria de saber onde se encontra a simplicidade, a falta de afetação deste casal que veio no cemitério dos gatos depositar um tapete de madeira com caracteres, pois assim a gata Tora estaria protegida. Não, ela não está morta, somente fugiu. Mas no dia da morte dela ninguém saberá como orar por ela, como interceder para que a morte a chame por seu verdadeiro nome. Foi preciso então que os dois viessem sob a chuva realizar o ritual que iria tentar consertar o local do rompimento, o tecido do tempo.*

Percorrem-se muitos quilômetros nos filmes de Marker, mas o que interessa a ele não é o descolamento, e sim o estar no local tentando aprender algo do povo mostrado. A teórica de cinema Viva Paci ao abordar a questão da viagem na obra markeriana sublinha que,

Uma grande parte da produção cinematográfica de Chris Marker é constituída de filmes de viagem. Não dou aqui ao gênero “filme de viagem” outra definição que aquela bastante intuitiva, de filmes realizados em “países distantes” ideia que se une estreitamente ao verso de Henri Michaux “eu escrevo para vocês de um país distante”. Este verso é uma das referências de Marker desde o início de sua carreira, verdadeiro *leitmotiv*, ele é uma das ideias de força de seu estilo cinematográfico. Pois, todo seu périplo pode ser considerado como uma autobiografia em forma de coletânea, coletânea composta de

fotografias, de vídeos, de filmes gravados ou encontrados em países realmente ou metaforicamente distantes. (PACI, 2004)

Em quase todos os filmes “de viagem” do cineasta, vemos situações de um cotidiano mostradas de forma bem distantes do exótico. É, sobretudo pelos comentários que conheceremos esses espaços e as pessoas que transitam por eles, estando elas realizando atividades banais ou rituais. Sobre essa questão podemos ouvir no início do filme *Sem sol*, uma voz de mulher, narradora do filme, dizer “Ele me escrevia: após algumas voltas ao mundo é só a banalidade que ainda me interessa, eu a busquei nesta viagem com a implacabilidade de um caçador de recompensas. Ao amanhecer nos estaremos em Tóquio”

Marker, neste filme, passa de uma imagem de Tóquio a outra de um flamingo em um lago e a voz narradora é quem se encarrega de dar continuidade à narrativa. A voz diz:

*‘ele me escrevia da África, ele opunha o tempo africano ao tempo europeu, mas também ao tempo asiático. Ele dizia que no século XIX a humanidade havia resolvido seu problema com o espaço e que no século XX a questão mais importante/enjeux era a coexistência do tempo’ E termina a sequência com uma frase inesperada, vemos na imagem uma ave num zoológico e o comentário diz ‘A propósito vocês sabiam que há emas na região parisiense’.*

Observa-se no exemplo acima que a relação de continuidade espaço-temporal das imagens, *a priori*, disparates entre elas de três partes do mundo – Japão, África e Europa –, se dá através da construção primorosa do comentário que as une num texto narrativo visual e sonoro.

## VOZES E MÚSICAS

Um elemento importante na obra do cineasta é o cuidado dedicado à banda sonora. Nesse sentido ele será o responsável por sua elaboração em praticamente todos os seus filmes. Como sublinhamos anteriormente Marker iniciou sua carreira no cinema num momento em que o som era pós-sincronizado com a imagem. Essa limitação em termos de *mise em scène* trará a necessidade de o cineasta buscar estratégias para a realiza-

ção, sobretudo ao nível sonoro e esta resultará positiva. Se inicialmente a pós-sincronização é uma restrição, este recurso posteriormente, mesmo com o advento do som direto, continuará presente em toda a obra fílmica do diretor, que ao longo de suas realizações buscou formas pessoais de introduzir o comentário oral.

Praticamente toda a obra de Marker é pontuada pelo uso do comentário oral. Este quase sempre em primeira pessoa. Por exemplo, “Eu escrevo para vocês da Sibéria” em *Cartas da Sibéria*. Trata-se de um comentário realizado através das cartas que são lidas ao longo do filme e que dialogam com as imagens apresentadas. Será nesse filme que Marker demonstrou o poder do comentário no seu embate com as imagens, fazendo essas últimas expressarem pontos de vista contraditórios. São três planos, mostrando inicialmente uma rua da cidade de Iakousti na URSS na qual circula um ônibus vermelho, um segundo plano mostra um grupo de trabalhadores ajoelhados no solo executando um trabalho de terraplanagem, e um terceiro plano, intercalado ao anterior, apresenta um homem andando em uma rua. São três sequências mostrando os mesmos planos, mas com comentários radicalmente opostos. No primeiro vangloria-se o trabalho dos homens em prol do socialismo, “*Iakousti é uma cidade moderna, onde confortáveis ônibus estão disponíveis para a população. [...] Da alegre emulação do trabalho socialista, os felizes operários soviéticos, entre os quais vemos um deles passar, se aplicam a fazer de Iakousti um local onde é ótimo viver!*”

Na segunda sequência é utilizado um tom crítico,

*Iakousti, de sinistra reputação, é uma cidade sóbria, onde, enquanto a população lota sofrivelmente um ônibus vermelho. [...] Na postura de escravos, os infelizes operários soviéticos, entre quais vemos passar um inquietante asiático, se aplicam a um trabalho bem simbólico: o nivelamento por baixo!*

E na terceira sequência mostrando os mesmos planos, temos um comentário irônico e comparativo,

*Em Iakousti onde as casas modernas ocupam pouco a pouco o lugar de velhos bairros sombrios, um ônibus menos cheio que em Paris nas horas de afluência... Com coragem e tenacidade e em condições muito duras, os*

*operários soviéticos, entre os quais vemos passar um Yakoute estrábico, se aplicam a embelezar a cidade, que esta mesmo precisando disso.*

Já em *Sem Sol*, Marker utiliza no comentário na terceira pessoa do singular através de uma voz feminina que desde as primeiras imagens do filme nos diz:

*A primeira imagem da qual ele me falou era a das três crianças numa estrada na Islândia, em 1965. Ele me dizia que era para ele a imagem da felicidade, e que ele havia tentado inúmeras vezes associa-la a outras imagens, mas sem sucesso. Ele me escrevia: É preciso que eu a coloque um dia sozinha no início de um filme com um longo fade preto, e se não virmos a felicidade na imagem, teremos visto o preto.*

E somente então após este prólogo o filme tem início, com o aparecimento do título.

Nesses dois tipos de comentário, observa-se o que François Ninney denomina de inter-locução (é uma palavra só, interlocução), ao afirmar que nos filmes de Marker “A voz off [over] inaugura uma relação de inter-locução com as imagens e o espectador. Uma voz ‘eu’ nos envia as imagens do mundo, visões do mundo – é o nosso mundo, mas nós o ignoramos até que ela nos mostre – e esta voz ‘eu’ nos fala sobre o mundo”. (NINNEY, 2002, p. 103)

Mais adiante Ninney (2002, p. 104) observa que,

Nos documentários de Marker, o comentário mantém a relação das imagens e com as imagens numa distância – reflexiva, nostálgica, irônica. No lugar de trazer a imagem como atualidade no indicativo presente, a ficção literária, epistolar, atua deliberadamente na distância irredutível entre imagem captada e imagem mostrada, entre mundo presente e vista do passado, entre visão atual e comentário retrospectivo.

A presença do comentário nos filmes de Marker não tem essa função simplesmente de informar, mas, sobretudo, de possibilitar uma reflexão sobre o estar no mundo, mostrando na imagem diferentes partes do planeta. O comentário não é o único som presente nos filmes do cineasta. Este utiliza em todos os filmes músicas que acompanham as imagens.

Em muitos filmes ele deixou a parte musical sob responsabilidade de especialistas em composição para filmes, como é o caso de Michel Legrand, que compôs a música do filme *Le joli mai*.

Para o filme *Sem Sol*, a relação com a música estará presente já no título, como nos informa o comentário,

*Seu único recurso é justamente o que o lançou nesta busca absurda: uma coleção de músicas de Mussorgsky. São ainda cantadas no século XX. Perdeu-se o sentido delas, mas foi ali que, pela primeira vez, ele sentiu a presença daquilo que não entendia e que tinha a ver com a infelicidade e a memória que ele precisava tentar entender e, para isso, tal qual o peso de um escafandrista, ele foi adiante. Claro que não farei tal filme. No entanto, eu guardo os cenários, eu invento passagens, ali disponho minhas criaturas preferidas, e lhe dei, mesmo, um título, o das melodias de Mussorgsky: Sem Sol.*

150

Marker não utilizara somente o comentário e a música na banda sonora de seus filmes, como também se apropriara de sons diretos captados durante a filmagem, ou trabalhados e mixados posteriormente no processo de montagem. Este último frequentemente estará sob a responsabilidade do cineasta. Observa-se então que Marker participa de praticamente todas as fases de produção e realização de seus filmes, já que mesmo trabalhando em equipe, caberá a ele a concepção tanto visual quanto sonora de seus filmes.

## UMA QUESTÃO DE AUTORIA

Chris Marker, apesar das reticências e da distância que mantinha com a mídia, conseguiu ocupar um lugar privilegiado no campo do documentário. Observa-se que desde o início de sua carreira no cinema, ele será cultuado pela crítica cinematográfica. Praticamente todos os seus filmes encontrarão um público, específico, é certo, mas fiel ao diretor, cuja obra os espectadores podiam conhecer por esta ser selecionada e exibida em inúmeros festivais do mundo (Veneza, Berlin, Cannes etc). Guy Gautier, ao abordar a obra do cineasta, nos fala de Marker (2000, p. 276) com sendo um “elétron livre” na paisagem cinematográfica, e acrescenta:

Marker faz do cinema o uso que faziam da literatura os escritores franceses cronistas e moralistas, de Voltaire a André Gide. Ele assume a função mais difícil do documentário, e tem poucos concorrentes. Solitário, inalcançável, ele aparece, segundo um termo emprestado a Willian Klein como um ‘ermita eletônico’.

A fim de refletir sobre esse cineasta como um autor ou de sua obra pertencendo a uma instância autoral, a contribuição do sociólogo Pierre Bourdieu será de fundamental importância, já que, sobretudo no livro *As regras da arte*, ele abordará de forma pertinente a existência de campos nos quais alguns artistas que, gozando do prestígio decorrente de sua posição, poderão transitar. Já no início do texto ele nos apresenta um escritor do século XIX, Charles Baudelaire, e sua relação com a crítica e o público de seu tempo. Bourdieu nos mostra de forma concisa o surgimento de um campo (ou de vários campos), ao qual o escritor estaria inserido, e as instâncias de consagração de uma obra que reverbera na existência do autor. Bourdieu aborda o caso da literatura como campo autônomo, e os conflitos inerentes aos diversos interesses que envolvem estar e se manter no campo. Alguns requisitos são importantes, como ser visto e reconhecido pelos pares como alguém que tem algo importante a dizer, e as instâncias nas quais, no caso da literatura, um escritor poderá ser alçado à categoria de “autor”.

Utilizando-se das categorias bourdiana, pensaremos a posição do cineasta Chris Marker no campo cinematográfico e em especial no documentário:

A autoria no cinema teve seu surgimento e seu momento de glória quando um grupo de jovens críticos da revista francesa *Cahiers du Cinéma*, ao abordar certos filmes e cineastas, até então considerados menores e de qualidade duvidosa, os alçaram a categoria de autor. Nesse primeiro momento, meados dos anos 1950, o cinema estava passando por transformações (surgimento de novos movimentos, novas estéticas), que repercutiram não somente nas obras realizadas, mas também na recepção dessas pelo público e pela crítica. Atualmente, a autoria no campo cinematográfico voltou a ser um tema de debate no âmbito dos estudos de cinema, e vários textos e livros foram escritos a partir dos anos 2000. (GESTNER; STAIGER, 2003; WEXMAN, 2003; SERAFIM, 2009)



Ao se abordar a obra do cineasta Chris Marker torna-se evidente que, se pensarmos segundo as categorias propostas por Bourdieu para a estruturação do campo e as estratégias de consagração, observamos que o cineasta e sua obra enquadram-se nesses requisitos. É interessante igualmente observar que os filmes do diretor, apesar de parecer por vezes difíceis e quase herméticos, receberão as benesses dos críticos especializados, como também angariarão premiações em diversos festivais.

A obra de Marker, em vista o exposto acima, no que concerne a algumas de suas características estilísticas, apresenta uma grande homogeneidade. Observamos que um filme pode ser visto como desdobramento de outros já realizados pelo diretor. Apesar das diferenças encontradas entre eles, observamos algo que os une, como por exemplo, o gosto pela viagem, o uso criativo do comentário, o uso da música, a montagem etc. Viva Paci, a esse propósito acrescenta:

152

É preciso ver como certos filmes de Chris Marker se encontram unidos pela mesma intenção, pela mesma forma que ele tem de organizar os materiais e de lhes oferecer ao espectador, pela sua forma de utilizar a câmera no ombro, parando alguns instantes de seu visível para levar consigo as lembranças. É assim que ele organiza seus materiais, segundo uma estrutura tipicamente epistolar. (PACI, 2004)

É paradoxal que o cineasta, apesar da sua pouca abertura para a divulgação de sua obra, como a participação em programas televisivos e entrevistas em jornais, tenha conseguido a simpatia da crítica, que frequentemente elogiava seus filmes. Nesse sentido, quando de seu falecimento em julho de 2012, a revista francesa *Cahiers du Cinéma* de setembro de 2012, dedicou oito páginas de homenagem ao cineasta. Diferentes jornais e revistas de diversas partes do mundo também foram unânimes em enfatizar a importância do trabalho do cineasta para o cinema tanto documental, quanto experimental, ou mesmo de ficção.

Chris Marker terá, certamente, um lugar garantido numa possível história a ser contada do cinema, ocupando nela um espaço, isolado, é certo, mas não menos importante, levando-se em conta o fato de observarmos em sua instigante obra uma qualidade inegável, que perpassa tanto no

plano estético/formal quanto no conteúdo, nos permitindo refletir sobre questões tão cruciais na atualidade, como a importância do trabalho da memória e sua contribuição para a compreensão de elementos da história.

## REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. *Cahiers Du Cinéma*, Paris, n. 681, 2012.
- GAUTHIER, Guy. *Le documentaire, un autre cinéma*. Paris: Ed. Nathan, 2000.
- GESTNER, David; STAIGER, Janet (Org.). *Autorship and film*. London-New York: Routledge, 2003.
- NINNEY, François. *L'épreuve Du réel à l'écran: Essai sur Le principe de réalité documentaire*. Bruxelles: Ed. De Boeck Université, 2002.
- PACI, Viva. *Chris Marker et ses lettres des pays lointains*. In: HORS CHAMP, Quebec, 2004. Disponível em: <[http://www.collectionscanada.gc.ca/eppp-archive/100/201/300/hors\\_champ/2005/05-03/article.php3?id\\_article=152](http://www.collectionscanada.gc.ca/eppp-archive/100/201/300/hors_champ/2005/05-03/article.php3?id_article=152)>. Acesso em: 20 set. 2012.
- SERAFIM, José Francisco (Org.). *Autor e autoria no cinema e na televisão*. Salvador: Edufba, 2009.
- WEXMAN, Virginia Wright (Org.). *Film and autorship*. New Jersey: New Brunswick; London: Rutgers University Press, 2003.

## Filmografia (escolhida) de Chris Marker

*Olympia* (1952) 82 min.

*Les Statues meurent aussi* (1953) 30 min. (co-direção Alain Resnais)

*Dimanche à Peking* (1956) 22 min.

*Lettre de Sibérie* (Cartas da Sibéria, 1957) 62 min.

*Les Astronautes* (1959) 15 min. (co-direção de Walerian Borowczyk)

*Description d'un combat* (1960) 60 min.

*¡Cuba Sí!* (1961) 52 min.

*La Jetée* (1962) 28 min.

*Le Joli mai* (1963) 165 min.

*Le Mystère Koumiko* (O mistério *Koumiko*, 1965) 54 min.

*Si J'avais quatre dromadaires* (1966) 49 min.

*Loin du Vietnam* (*Longe do Vietnam*, 1967) 115 min. (segmentos dirigidos por Marker, Jean-Luc Godard, Joris Ivens, Alain Resnais, Agnès Varda, Willian Klein e Claude Lelouch)

*À Bientôt, j'espère* (1968) 55 min. (co-direção de Mario Marret)

*La Sixième face du pentagone* (1968) 28 min. (co-direção de François Reichenbach)

*Cinétracts* (1968) 68 min. (co-direção de Jean-Luc Godard e Alain Resnais)

*Jour de tournage* (1969) 11 min.

*On vous parle du Brésil: tortures* (1969) 20 min.

*Le Deuxième procès d'Artur London* (1969) 28 min.

*La Bataille des dix millions* (1970) 58 min.

*Les Mots ont un sens* (1970) 20 min.

*On vous parle du Brésil: Carlos Marighela* (1970) 17 min.

*Le Train en marche* (1971) 32 min.

*Vive la baleine* (1972) 30 min.

*L'Ambassade* (1973) 20 min.

*La Solitude du chanteur de fond* (1974) 60 min.

*Le Fond de l'air est rouge* (1977) 180 min.

*Junkopia* (1981) 6 min.

*Sans soleil* (*Sem sol*, 1982) 100 minutes

*2084* (1984) 10 min.

*A.K.* (1985) 71 min.

*Hommage à Simone Signoret* (1986) 61 min.

*L'Héritage de la chouette* (1989) 13 segmentos, 26 min. cada (para a televisão)

*Berliner Ballade* (1990) 25 min. (para a televisão)

*Le Tombeau d'Alexandre* (1992) 120 min.

*Le 20 heures dans les camps* (1993) 28 min.

*Casque Bleu* (1995) 26 min.

*Level Five* (1997) 110 min.

*Une Journée d'Andrei Arsenevitch* (1999) 55 min.

*Le Souvenir de l'avenir* (2001) 42 min. (co-direção de Yannick Bellon)

*Chats perchés* (2004) 59 min.



# JEAN ROUCH, OU DAS PARTICULARIDADES DE UMA POSIÇÃO AUTORAL CONSTRUÍDA NO ESPAÇO “ENTRE CAMPOS”

*Sandra Straccialano Coelho*

| 157

## INTRODUÇÃO

Entre as inúmeras questões teóricas que permeiam os estudos em cinema, a da autoria se destaca. Frente às características da própria produção cinematográfica, em que aspectos artísticos e industriais se encontram imbricados (muitas vezes, não sem uma boa dose de tensão), a questão da definição do lugar autoral constitui um desafio para o analista tendo em vista, em especial, a impossibilidade de se considerar o filme como resultado das ações ou intenções de um único indivíduo. Frente, então, a essa natureza coletiva dos produtos cinematográficos (e aqui bem caberia dizer boa parte dos produtos audiovisuais), uma perspectiva de abordagem da autoria que parece especialmente interessante para os estudos em cinema é a que foi proposta pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu quando do desenvolvimento da ciência das obras culturais em *As regras da arte* (1996).

Em trabalho anterior,<sup>1</sup> defendi o interesse dessa perspectiva teórica especialmente para a consideração da autoria no que concerne ao estudo do documentário, exemplificando tal interesse com um breve “estudo de caso” em que tentei delinear uma primeira análise da trajetória e tomada de posição autoral pelo etnólogo e cineasta francês Jean Rouch na virada dos anos de 1950-1960. Naquele momento, abordei com especial interesse alguns dos principais marcos de consagração no campo do cinema que permitiram ao cineasta a posição de prestígio ocupada posteriormente.

No presente texto, proponho, a partir da retomada de alguns dos argumentos centrais a respeito do interesse de tal perspectiva teórica, aprofundar a análise daquilo que nomeei, em um primeiro momento, como “o caso Rouch”. Nesse sentido, após revistar o pensamento de Bourdieu, proponho centrar a análise mais uma vez na trajetória de Jean Rouch, com o intuito de ampliar a compreensão de sua tomada de posição autoral como cineasta frente a um contexto específico em que diferentes elementos concorreram para que ela se efetuassem. Estarei agora especialmente interessada no frequente trânsito de Rouch entre as esferas acadêmica e artística para tentar perceber melhor em que medida essa mobilidade, somada a outros elementos contextuais que aqui serão levantados, criaram as condições necessárias para a consolidação de uma obra extensa e prestigiada.

158

## DA CIÊNCIA DAS OBRAS CULTURAIS E DO SEU INTERESSE PARA O ESTUDO DA AUTORIA NO CINEMA

Seguindo em certa medida a tradição estruturalista, porém rompendo com uma posição que acabava por negar as práticas dos diferentes agentes, Pierre Bourdieu propôs um método crítico para o desvelamento do social no qual as dimensões teórica e empírica dificilmente podem ser consideradas separadamente. (THIRY-CHERQUES, 2006) Ainda que se coloque como uma teoria das estruturas sociais, distancia-se do estruturalismo de Saussure ou de Lévi-Strauss, por exemplo, por tentar

1 Trabalho apresentado no Seminário Temático “Ciências Sociais e Cinema” do XIV Encontro da SOCINE em Recife, 2010 e aceito para publicação na Revista Rumores. Disponível em: [http://www.usp.br/rumores/..](http://www.usp.br/rumores/)

compreender a plasticidade e dinâmica do social através da investigação das posições ocupadas e disputadas pelos agentes em seu interior.

Especificamente no que diz respeito ao estudo das obras culturais, foi em *As regras da arte* (1996) que Bourdieu melhor estabeleceu e praticou esse seu método, ao analisar profundamente a conquista da autonomia do campo literário partindo da consideração da *Educação sentimental* (1869) de Gustave Flaubert. Na tentativa de enfrentar a oposição entre análises internas e externas às obras, a perspectiva de análise das obras culturais elaborada por Pierre Bourdieu propõe, resumidamente, olhar o campo da produção artística segundo a dinâmica das relações entre obras e autores considerados tanto no interior do campo específico de produção a que pertencem, como em sua relação com as esferas mais ampliadas da estrutura social:

A ciência das obras culturais supõe três operações tão necessárias e necessariamente ligadas quanto os três planos da realidade social que apreendem: primeiramente, a análise da posição do campo literário (etc.) no seio do campo do poder, e de sua evolução no decorrer do tempo; em segundo lugar, a análise da estrutura interna do campo literário (etc.), universo que obedece às suas próprias leis de funcionamento e de transformação, isto é, a estrutura das relações objetivas entre as posições que aí ocupam indivíduos ou grupos colocados em situação de concorrência pela legitimidade; enfim, a análise da gênese dos *habitus* dos ocupantes dessas posições, ou seja, os sistemas de disposições que, sendo o produto de uma trajetória social e de uma posição no interior no campo literário (etc.), encontram nessa posição uma oportunidade mais ou menos favorável de atualizar-se (a construção do campo é a condição lógica prévia para a construção da trajetória social como série das posições ocupadas sucessivamente nesse campo). (BOURDIEU, 1996, p. 243)

Segundo Bourdieu, somente nesse exercício analítico que se dá em uma espécie de “vai-e-vem” entre as dinâmicas em cada um dos planos da realidade social é que seria possível compreender as obras e seus autores. Nesse sentido, a conquista da posição autoral em um campo da produção artística se daria a partir de disposições próprias à trajetória social do agente que permitiriam a esse a habilidade de “jogar segundo as regras próprias do campo” em um determinado contexto (contudo,



a compreensão da lógica própria do campo estaria relacionada, por sua vez, às relações desse com a esfera mais ampliada do campo do poder).

Em outras palavras, a consagração de um autor não se explicaria, assim, por algum tipo de dom ou “genialidade” própria ao indivíduo, mas sim pela consideração de sua trajetória em relação a um contexto de relações socialmente postas (nos forçando a um movimento contrário ao da perspectiva romântica do autor como ser “iluminado”, ainda que essa permaneça fortemente enraizada no nosso modo de nos relacionarmos com as mais diferentes faces das artes).

Para além da vantagem de nos prevenir quanto à sedução de se considerar o autor segundo o estereótipo do gênio criador, abordar a autoria como resultado da construção histórica e social de uma determinada posição no campo da produção, permite, igualmente, uma opção metodológica interessante para enfrentar o problema dos múltiplos agentes envolvidos na produção cinematográfica, já que, segundo tal perspectiva, para além das contribuições individuais dos agentes envolvidos no processo criativo, a posição “autor” seria ocupada por aquele socialmente reconhecido como tal segundo as disputas e a lógica própria do campo em um determinado contexto.<sup>2</sup>

Porém, o interesse dessa abordagem não se resumiria apenas a esses dois aspectos, pois pensar a posição autoral, tal como entendida por Bourdieu, também permite evitar as armadilhas de se considerar o autor de cinema como sinônimo de unidade e coerência, uma postura que normalmente orienta análises autorais centradas na identificação das recorrências temáticas e de estilo na obra de um cineasta. O principal risco, em análises orientadas dessa forma, é exatamente sua dificuldade em lidar com elementos ou obras de um mesmo autor que “escapem” ou até mesmo se oponham aos traços distintivos normalmente atribuídos a ele. De certa forma, é possível dizer que a noção de autor que sustenta essa perspectiva de análise traz consigo o risco de incorrer em uma espécie de paradoxo: se, por um lado se reconhece um autor pelo exercício

2 Como foi ressaltado no trabalho anterior, é preciso levar em conta que a identificação habitual do diretor do filme como “autor” somente irá se tornar regra a partir da ação de jovens críticos franceses que redigiram os “manifestos” da *politique des auteurs* nos *Cahiers du Cinéma*, nos anos de 1950-1960, e que, sintomaticamente, viriam a se tornar, pouco tempo depois, não apenas cineastas como figuras centrais do chamado “cinema de autor”.

da originalidade, por outro lado, uma vez conquistada a posição autoral, espera-se que ele permaneça sempre o mesmo.

Por último, mas não menos importante, é preciso reconhecer o interesse dessa abordagem também pelo fato de representar uma alternativa às análises exclusivamente imanentes dos produtos culturais, análises que muitas vezes, movidas pelo mesmo desejo de se afastarem da sedução individual dos autores, acabam por desconsiderar elementos contextuais e biográficos por vezes fundamentais à compreensão das obras (nesse sentido é que se pode afirmar que a perspectiva de análise proposta por Pierre Bourdieu se vê orientada para uma possível conciliação entre práticas de análise internas e externas).

Porém, não se trata de uma tarefa simples, pois como o próprio Bourdieu alerta, em *As regras da arte*, a prática por ele proposta pressuporia uma importante inversão na lógica de análise habitual (e aqui reside, talvez, seu principal desafio):

Assim a hierarquia real dos fatores explicativos impõe inverter a progressão ordinariamente adotada pelos analistas: é preciso perguntar não como tal escritor chegou a ser o que foi – com o risco na cair na ilusão retrospectiva de uma coerência reconstruída –, mas, como sendo dadas a sua origem social e as propriedades socialmente constituídas que ele lhe devia, pôde ocupar ou, em certos casos, produzir as posições já feitas ou por fazer oferecidas por um determinado estado do campo literário (etc.) e dar, assim, uma expressão mais ou menos completa e coerente das tomadas de posição que estavam inscritas em estado potencial nessas posições. (BOURDIEU, 1996, p. 244)

Contudo, a despeito da defesa dessa perspectiva para o enfrentamento da questão autoral no cinema, gostaria ainda de fazer uma ressalva importante antes de prosseguir para a análise da posição conquistada por Jean Rouch no campo cinematográfico. Assim como Pierre Bourdieu propunha um olhar “desromantizado” sobre os autores e as obras, considerando-os em relação a uma dinâmica complexa entre diferentes planos da realidade social, é preciso olhar para a obra do sociólogo francês segundo a mesma postura, evitando a devoção pelo gênio ou mesmo a compreensão de sua proposta como uma teoria “universal” que permitiria

dar conta de todos os problemas relacionados à análise do social. É essa a postura defendida, por exemplo, por Lahire (2002), para quem a herança deixada pela obra de Bourdieu dependeria, intrinsecamente, da fidelidade crítica a esta. (LAHIRE, 2002)

Nesse sentido é que a tentativa de evidenciar o interesse da ciência das obras culturais para a discussão da autoria no cinema deve passar, necessariamente, pelo exercício da prática analítica. É tentando, então, seguir esse percurso particular de análise até aqui defendido, que retornarei mais uma vez à trajetória de Jean Rouch na tentativa de compreender cada vez melhor os processos envolvidos em sua consolidação como autor no campo do cinema.

## JEAN ROUCH E A CONQUISTA DA POSIÇÃO AUTORAL

162

A tarefa de lançar um olhar “desapaixonado” sobre Jean Rouch a que nos convoca a perspectiva aqui proposta pode se mostrar mais difícil do que parece... Exímio narrador, Rouch construiu, ao longo de sua trajetória, uma autoimagem estimulante que tende a seduzir rapidamente aqueles que se aproximam de sua obra e que se encontra reafirmada tanto em textos de próprio punho como em entrevistas (escritas ou filmadas),<sup>3</sup> assim como em boa parte dos trabalhos que lhe têm sido dedicados. (COLLEYN, 2009; EATON, 1979; BRINK, 2007) Da infância feliz,<sup>4</sup> cercado por personagens como o pai meteorologista e explorador, passando pela adolescência entre guerras onde ocorreu o momento de “iluminação” de Rouch frente à vitrine de uma livraria na esquina do Boulevard Montparnasse,<sup>5</sup>

3 Exemplos disso são os escritos de Rouch recentemente reunidos e publicados por Jean-Paul Colley (2009), além de vários documentários tais como *Jean Rouch and his camera in the heart of Africa* (BREGSTEIN, 1978), *Jean Rouch – Premier film: 1947-1971* (DUBOSC, 1991), *L'inventaire de Jean Rouch* (DONADA e CASSET, 1993), *Sur les traces du renard pâle* (HEUSCH, 2011), entre outros.

4 “Eu era o menino mais feliz do mundo, filho do *Pourquoi pas?*, esse navio polar de Charcot que partiu para as regiões antárticas em 1911-1912. Onde meu pai, meteorologista marinho, tinha como companheiro um biólogo especialista sobre os pinguins-imperadores e que era irmão de minha mãe. Assim, foi natural que em Brest, no ano de 1924, meu pai me tenha feito descobrir o cinema através do sorriso de *Nanook*” (ROUCH apud COLLEYN, 2009, p. 30, tradução nossa)

5 O ‘amor à primeira vista’ se deu na esquina entre o Boulevard Montparnasse e o Boulevard Raspail na primavera de 1934, quando eu concluía meus exames em matemática. Na vitrine de uma livraria, que o sol do final de tarde iluminava com uma luz cortante, estavam expostas duas grandes páginas da revista *Minotaure*. Uma, extraída do número especial dedicado à missão Dakar-Djibouti, era a foto inesquecível

culminando na longa aventura cinematográfica com seus amigos africanos, boa parte dos discursos que gravitam em torno da figura de Jean Rouch reforçam a construção de um personagem extraordinário cuja imagem tem se prestado a iluminar a compreensão de sua obra.

Tentarei, aqui, me distanciar na medida do possível desse caminho ao abordar alguns elementos contextuais em relação aos quais se viu traçada a trajetória de Jean Rouch e que se mostraram decisivos para a conquista do prestígio por ele alcançado no campo cinematográfico. Nesse sentido, será central à análise a particularidade de que Rouch foi uma figura que circulou por diferentes campos de atuação, o que, se por um lado tende a tornar mais complexa a tarefa proposta, por outro é fundamental para a compreensão de sua consagração, como tentarei mostrar mais adiante.

Antropólogo, figura fundadora do cinema etnográfico e de sua consolidação no meio acadêmico, precursor da *Nouvelle Vague*, pai do *cinéma vérité*... traçar a trajetória que levaria à compreensão de todas essas posições ocupadas simultaneamente por Jean Rouch em diferentes campos é uma tarefa que ainda se inicia e que acredito venha sendo construída por diferentes pesquisadores atualmente interessados na compreensão de seu trabalho.

Particularmente contribuíram para a análise que aqui tentarei sintetizar duas obras recentes que lançaram um olhar sobre a obra de Jean Rouch a partir de um ponto de vista mais distanciado frente a essa sua imagem sedutora. Consideradas em conjunto, tais obras permitem uma visão mais complexa dos elementos contextuais aos quais a trajetória do cineasta se relaciona, especialmente pelo fato de cada um dos autores ter centralizado sua análise em um campo específico em relação ao qual o trabalho de Rouch se desenvolveu. Sendo assim, em *Jean Rouch*, de Maxime Scheinfeigel (2008), o ponto de vista privilegiado é o do cinema, enquanto em *The Adventure of the real*, publicado um ano depois,

---

das máscaras *kanaga* no terraço do caçador Monzé, para seu *dama* (seu ‘pós-luto’), a outra era a capa do n.5 (maio de 1934) com a pintura ‘metafísica’ de Giorgio de Chirico *Le Duo (Les mannequins de la tour rose)*. De uma só vez, era o encontro com o maravilhoso, tanto na fotografia dos Dogon registrada por Marcel Griaule na falésia de Bandiagara, quanto nesses dois personagens envolvidos em inquietude e também dispostos sobre um terraço ao pôr do sol [...] E, a partir dessa iluminação sob o pôr do sol, eu seguí o caminho iniciático ao longo de minha adolescência [...]. (COLLEYN, 2009, p. 31, tradução nossa)

Paul Henley (2009) irá abordar a extensa produção fílmica de Rouch com o intuito de compreender sua prática etnográfica e o possível legado desta para o campo da antropologia visual.<sup>6</sup>

Baseando-me especialmente nas contribuições recentes desses dois trabalhos, meu intuito aqui é o de conseguir compreender melhor o quanto determinados elementos contextuais tanto relativos ao campo do cinema como no interior da então nascente antropologia fílmica se viram implicados no processo de consagração de Rouch como cineasta. Em outras palavras, minha hipótese central é de que a posição de prestígio ocupada por Rouch se relaciona não apenas aos elementos contextuais do campo específico do cinema em um determinado momento (e sobre os quais me detive especialmente ao abordar esse tema pela primeira vez), como mantém uma relação necessária com os demais campos nos quais ele atuou simultaneamente. É na consideração desse espaço “entre campos” percorrido por Jean Rouch que espero poder compreender melhor sua conquista da posição autoral.

164

### ANTROPOLOGIA, SURREALISMO E CINEMA, OU DAS DISPOSIÇÕES DO FUTURO CINEASTA

Henley irá tecer com bastante competência, nos dois primeiros capítulos de seu trabalho, os eixos centrais que segundo ele vieram a influenciar de maneira decisiva a práxis etno-cinematográfica de Jean Rouch: a escola antropológica de Marcel Mauss (transmitida a Rouch por Marcel Griaule)<sup>7</sup> e o surrealismo.

Nascido em 1917 em Paris, ao final da Primeira Guerra Mundial,<sup>8</sup> Jean Rouch irá ingressar na prestigiada *École des ponts et chaussées* no período que antecede a Segunda Guerra, formando-se engenheiro em 1941.

6 O que não quer dizer, naturalmente, que Scheinfeigel desconsiderou a prática etnográfica de Rouch ou que Henley ignore, em sua obra, a repercussão dos filmes de Rouch no campo do cinema. Trata-se aqui, apenas, de colocar em relevo o ponto de vista privilegiado por cada um dos autores.

7 Marcel Griaule, especialista sobre os Dogon e pioneiro do filme etnográfico, viria a ser o orientador da tese de doutorado de Jean Rouch.

8 As referências a elementos biográficos de Jean Rouch, assim como a sua filmografia, tem aqui como base principal as informações disponibilizadas no site do *Comité du film ethnographique*. Disponível em: <<http://comitedufilmethnographique.com/intro/>>. Acesso em 8 nov. 2012.

Trata-se, no entanto, de um período que se mostrará decisivo para sua prática futura como cineasta já que marcado, igualmente, pela sua aproximação com o ambiente cultural efervescente de Paris no período entre guerras. Dessa época data o início sua aproximação com o campo da antropologia quando, durante a ocupação da França pelos nazistas, começa a frequentar as aulas introdutórias de Marcel Griaule no *Musée de l'homme*. Nesse mesmo período, ainda, é que o jovem Rouch viria a conhecer Henri Langlois (posteriormente, um dos fundadores da *Cinémathèque française*), assim como outras figuras futuramente importantes da cena cinematográfica na França, ao frequentar animadas sessões de cinema organizadas por ele. Como bem resume Scheinfeigel:

De fato, Jean Rouch concluiu estudos científicos na *École des Ponts et Chaussées* que lhe conferiram o título de engenheiro de *Travaux Publics*, mas foi nessa época que ele também passou pela efervescência artística e cultural da Paris dos anos de 1930. A saber, segundo suas próprias palavras, ele acompanha um curso de Marcel Mauss, é amigo de Pierre Kast, encontra Henri Langlois, conhece Michel Leiris, lê os poetas surrealistas. O mesmo se deu nos anos de 1940, quando o círculo de suas relações se expandiu: Théodore Monod, Marcel Griaule, André Leroy-Gourhan e também Jean Cocteau. Ou seja, o contexto histórico influenciou fortemente esses seus anos de formação. (SCHEINFEIGEL, 2008, p. 11, tradução nossa)

165

O que tanto Scheinfeigel como Henley concordam em apontar como uma influência central na obra de Rouch é o fato dele ter acompanhado de perto, com entusiasmo e mesmo devoção, a efervescência do ambiente cultural em Paris nesse período; um ambiente que Henley irá nomear como o do “encontro surrealista” e no qual artistas surrealistas e antropólogos mantiveram uma relação bastante estreita.<sup>9</sup>

Ainda que aparentemente estranha à primeira vista, a relação entre antropologia e surrealismo na França foi bastante íntima no período entre as duas grandes guerras e só pode ser compreendida por meio da consideração do contexto em que se deu. Recentemente inserida no ambiente universitário (portanto ainda com um menor grau de institucionalização,

9 A esse respeito, ver também o trabalho de Marco Antonio Gonçalves (2008), *O real imaginado. Etnografia, cinema e surrealismo em Jean Rouch*.

o que facilitaria sua abertura à circulação de agentes de outros campos), a prática antropológica ainda era bastante vinculada ao ambiente dos museus parisienses, o que acabou por facilitar o contato e mesmo promover uma espécie de cumplicidade entre os etnólogos franceses e a parcela do público formada por artistas surrealistas então interessados nas diversas faces do “outro exótico”.

Vale lembrar aqui, como exemplo dessa ligação estreita, a figura emblemática de Michel Leiris, que Rouch viria a conhecer nesse período. Escritor surrealista, Leiris participaria como secretário na missão Dakar-Djibouti chefiada por Marcel Griaule na África nos anos de 1930, tornando-se, posteriormente, etnólogo e funcionário do *Musée de l'Homme*. Dessa sua primeira experiência no continente africano, Michel Leiris viria a publicar *África fantasma*, em 1934, uma das obras que talvez melhor sintetize esse contexto cultural em que antropólogos e surrealistas se viram tão próximos.

166

Foi esse, então, o cenário não só pelo qual Rouch primeiro se aproximou da antropologia, como ao qual ele continuou a se afirmar fiel durante o resto da vida. (HENLEY, 2009) Um contexto em que prática etnográfica e vocação artística/poética andavam de mãos dadas.

Porém, engenheiro recém-formado e num país em guerra, Rouch é contratado no início dos anos de 1940 para trabalhar na construção de estradas em colônias africanas. Parte assim em direção ao Níger, onde por fim iniciará sua longa atividade de pesquisa no continente africano ao entrar em contato, pela primeira vez, com práticas religiosas tradicionais da região (mais especificamente, ao presenciar seu primeiro ritual de possessão, um tema que irá orientar boa parte de seu trabalho no futuro).

Com pouco mais de 20 anos e encarregado de centenas de trabalhadores, Jean Rouch é informado que pelo menos uma dezena deles havia sido morta vitimada pela queda de um raio por ocasião de uma tempestade. Sem saber ao certo quais as providências necessárias para cuidar dos corpos (já que os cadáveres atingidos pelo raio eram considerados impuros pela maioria muçulmana dos trabalhadores), é aconselhado por um deles,

Damouré Zika,<sup>10</sup> a consultar as orientações da avó deste, responsável por celebrar os rituais religiosos tradicionais da região.

Rouch prontamente aceita e, após presenciar o ritual necessário para a purificação das vítimas, se interessa em pesquisar as práticas religiosas locais, entrando em contato com seu antigo professor, Marcel Griaule, em busca de orientação. Fortemente encorajado a prosseguir, Jean Rouch inicia assim suas atividades como pesquisador etnográfico ainda extra-institucionalmente e em paralelo com sua prática profissional como engenheiro. Irá conhecer igualmente, durante esse período, Thèodore Monod, professor responsável pelo Institut Français de l’Afrique Noire (IFAN) em Dakar, que lhe irá possibilitar o acesso à biblioteca do Instituto e que contribuirá, com isso, na formação teórica de Rouch durante o período em que ele organiza essas suas primeiras observações. Alguns anos depois, Monod irá ser responsável pelo ingresso de Rouch na carreira de pesquisador no Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS).

É importante aqui perceber como contextos tais como a guerra na Europa e mesmo a posição recém-conquistada por Jean Rouch como engenheiro se viram, nesse primeiro momento, implicados enquanto condições que lhe proporcionaram o primeiro contato com o continente africano. Somados ao interesse anterior de Rouch pela antropologia, e pelo fato de se tratar de um campo acadêmico ainda aberto à prática de “amadores”, delineou-se assim o cenário que impulsionou o início das atividades de pesquisa que ele viria a desenvolver na África a partir de então. Com o passar do tempo, no entanto, tais atividades começaram a ser institucionalizadas e a carreira como engenheiro por fim se viu abandonada, já que, paralela as suas primeiras viagens ao continente africano, Rouch inicia sua formação acadêmica em antropologia sob a orientação de Marcel Griaule.

Sendo Griaule um entusiasta da utilização do cinema como instrumento de registro etnográfico, quando Rouch retorna à África pela segunda vez, com o intuito de descer o rio Niger de barco com dois amigos,<sup>11</sup> leva

10 Viria a se tornar o maior amigo de Rouch na África, além de protagonista em grande parte das improvisações cinematográficas realizadas por ele.

11 A narrativa feita por Rouch dessa e de outras viagens que realizou no período foi publicada em *Alors le Noir et le Blanc seront amis: Carnets de mission (1946-1951)* (2008).



consigo uma câmera 16mm recentemente adquirida no mercado das pulgas, mas que praticamente não sabia como utilizar. Inicia-se, então, igualmente de uma forma amadora, sua prática cinematográfica.

### OS PRIMEIROS FILMES: RECEPÇÃO E CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO

Segundo relatos do próprio Rouch,<sup>12</sup> boa parte do material filmado durante essa aventura entre amigos se viu completamente perdida pela impossibilidade de montar imagens que, devido a sua inexperiência como cinegrafista, não respeitavam os princípios básicos do *raccord* cinematográfico. Contudo, havia um trecho que podia ser salvo, a filmagem realizada por ocasião da caça ao hipopótamo pelos Sorko, e foi esse material que viria a se transformar, pouco tempo depois, em seu primeiro filme, *Au pays de mages noirs* (1947).

168

Trata-se aqui de um episódio bastante curioso, pois ao mesmo tempo em que marca o ingresso de Jean Rouch no campo do cinema, esse primeiro filme é considerado pelo próprio cineasta como constrangedor do ponto de vista da prática etnográfica. Após exibir o material bruto filmado em uma sessão privada no *Musée de l'homme*, Rouch é convidado por um dos presentes a exibir e comentar as imagens em um clube de jazz parisiense (mais uma vez, aqui, a influência do contexto cultural de época em que antropólogos e artistas privavam de um contato próximo). Nessa exibição, irá receber o convite para a produção e comercialização do material pelas *Actualités françaises*, cujo diretor era pai do pianista que então se apresentava no clube.

Comprados os direitos sobre as filmagens, a versão comercial em 35mm montada a partir das imagens registradas por Rouch (e da qual ele obteria 60% dos lucros de exibição) condensava em 13 minutos a narrativa da caçada. Os elementos foram reordenados sem nenhum respeito à lógica do ritual tradicional de caça, imagens de animais que nem sequer existiam na região foram adicionadas, foi introduzida música e a narração

12 No filme *Jean Rouch: le premier film 1947-1991* (1991), de Dominique Dubosc, Rouch irá narrar o processo de realização desse seu primeiro filme, improvisando um novo comentário ao vivo para as imagens de *Au pays de mages noirs* (1947).

foi realizada por um comentarista esportivo da época. Do mesmo modo, o título escolhido pelos produtores foi pensado com o objetivo único de conquistar a plateia. O resultado final da montagem viria a se transformar no que Rouch identificou como uma espécie de “monstro”, mas que viria a ser exibido nas telas de cinema junto às sessões de *Stromboli* (1950) de Roberto Rossellini, o que acabou por lhe garantir um lugar no circuito comercial. Mais do que isso, desse primeiro filme, um dos poucos durante sua carreira em que o produto final fugiu completamente de seu controle, Rouch confessa ter recebido sua primeira lição sobre como construir uma narrativa cinematográfica:

Mesmo lamentando o que havia sido feito na época, Rouch reconhecia que os montadores das *Actualités*, que realizavam dois filmes do tipo por semana, realmente conheciam seu trabalho já que, ao terem colocado o material de maior apelo dramático no final do filme, fizeram com que esse se tornasse muito mais cativante. Por conta disso, resolveu, a partir de então, construir seus próprios filmes orientados pelo clímax narrativo que deveria ocorrer sempre próximo ao final. (HENLEY, 2009, p. 43, tradução nossa)

169

Ainda um amador na prática da realização, Rouch viu então seu nome surgir no campo do cinema mesmo que à revelia de suas possíveis intenções quando do registro dessas primeiras imagens. Evidencia-se, assim, nesse primeiro momento, o fato de que as relações estreitas entre o campo da antropologia e a cena cultural da época foram fundamentais para que Rouch, privilegiado pelas relações estabelecidas no trânsito entre esses meios, começasse a traçar seu caminho rumo à conquista da posição autoral.

Aproximadamente nesse mesmo período é que Jean Rouch irá ingressar como pesquisador no CNRS e, por conta das posições conquistadas nessa carreira ao longo do tempo, conseguirá obter financiamento tanto para continuar suas pesquisas na África, quanto para a realização da maior parte de sua produção cinematográfica pelo resto da vida:

Em 1960, ao mesmo tempo em que concluía sua pesquisa sobre as migrações no oeste da África e publicava sua tese, foi promovido a *maître de recherche*. Quatro anos depois foi denominado para a ca-

tegoria mais alta na carreira de pesquisador, *directeur de recherche*. Com essa segurança, Rouch foi capaz de realizar filmes pelo resto da vida, livre de qualquer responsabilidade pesada como docente e com acesso relativamente fácil ao financiamento para trabalho de campo. (HENLEY, 2009, p. 36, tradução nossa)

Vale agora abrir um parênteses no relato dessa trajetória para evidenciar as condições particulares segundo as quais se realizou boa parte da produção cinematográfica de Jean Rouch e que justificam, do ponto de vista da lógica econômica, sua alta “produtividade”<sup>13</sup> como cineasta.

Na maior parte das vezes Rouch trabalhou com equipes de filmagem mínimas, sobretudo na África, assumindo ele próprio a câmera e contando quase sempre com apenas mais um auxiliar local para o registro do som e um montador. Realizou, em sua grande maioria, filmes de registro etnográfico em 16mm, um formato não-comercial e por isso financeiramente muito mais acessível. Além disso, como futuro fundador e membro até o final da vida do *Comité du film ethnographique* (criado por ele, Marcel Griaule, Enrico Fulchignoni, André Leroi-Gourhan, Henri Langlois e Claude Lévi-Strauss em 1953) contou com a disponibilidade de uma pequena sala de edição onde realizou a montagem de grande parte de seus trabalhos.

Sendo assim, percebe-se que obteve, com relativa facilidade, as condições materiais para a realização de seus filmes fora da lógica habitual da indústria cinematográfica voltada para o circuito de exibição comercial. Apenas em alguns casos particulares, que discutirei mais adiante, foi que Rouch procurou parceiros que se ocupariam do lançamento de alguns de seus filmes no formato comercial em 35mm (aqui se destacariam as figuras dos produtores Pierre Braunberger e Anatole Dauman, ambos vinculados, nesse mesmo período, à produção de filmes da *Nouvelle vague*).

Ao percorrer o Níger e o Mali por conta da continuidade de seus estudos dos rituais Songhay, Jean Rouch prosseguiu assim realizando seu

13 A filmografia presente no site do *Comité du film ethnographique* conta com 106 filmes realizados por Rouch, porém essa informação varia conforme os autores, principalmente pelo fato do cineasta ter deixado sem finalizar uma boa parte de sua produção. Atualmente os filmes de Rouch estão sendo catalogados e recuperados pelos *Archives françaises du film* conforme consta em *Découvrir les films de Jean Rouch* publicado em 2010 pelo CNC (*Centre national du cinéma et de l'image animée*), obra em que constam, na filmografia do cineasta, mais de 150 filmes.

trabalho de campo nos anos de 1940 e 1950, seja aplicando questionários e produzindo outros tipos de registro tradicionalmente acadêmicos, seja realizando suas filmagens. Em 1949, um dos filmes desse período, *Initiation à la danse des possédés*, irá receber o Grand Prix do Primeiro Festival do Filme Maldito em Biarritz. A respeito dessa primeira premiação, mais uma vez é de fundamental importância considerar o contexto em que tal Festival se inseria para entender melhor a repercussão dos filmes de Jean Rouch a partir desse momento:

Esse festival é uma tentativa, da crítica e da cinefilia francesa do pós-guerra, de abrir espaço para uma nova produção cinematográfica que começa a ser chamada de ‘autoral’. Por trás do Festival de Biarritz, está o grupo *Objectif 49*, também presidido por Jean Cocteau, do qual faz parte o núcleo que, dois anos após, em 1951, fundaria a *Cahiers du Cinéma*: André Bazin e Jacques Doniol-Valcroze, além de Alexandre Astruc, Pierre Kast, René Clément e Claude Mauriac. Nas biografias dos ‘jovens turcos’ da nouvelle vague (Godard, Rivette, Rohmer, Truffaut, Chabrol), as noitadas do Festival de Biarritz de 1949 são mencionadas como o momento em que o grupo se delineia, ainda de modo difuso. É evidente que Rouch, ao receber o Grand Prix desse festival do cinema alternativo no pós-guerra, configura-se como referência de primeira linha para a nova geração e para a crítica cinematográfica francesa em geral. (RAMOS, 2008, p. 312)

171

Dessa forma, pode-se dizer que esse primeiro prêmio representa um marco importante no processo de conquista da autoria por Jean Rouch no campo cinematográfico, garantindo-lhe um lugar no futuro panteão da crítica. É no interior dessa futura geração dos *Cahiers du cinéma* que Rouch irá obter, anos mais tarde, seus primeiros sinais de consagração na cena cinematográfica francesa. Também não será sem efeito, para a carreira de Rouch, o fato de que tais críticos, mais tarde, se tornariam os principais cineastas da *Nouvelle vague*.

Alguns anos depois Rouch irá apresentar, no *Musée de l’homme*, o registro de uma cerimônia anual dos Hauka que filmara durante o período de seus estudos sobre a migração no oeste africano. No entanto, quando da sua primeira exibição, essas imagens provocaram reações de repúdio entre seus pares do campo etnográfico. (COLLEYN, 2009, p. 40)

No entanto, tratava-se ainda de uma versão “bruta” do material filmado que Rouch precisava encontrar os meios para concluir. Por conta dos contatos estabelecidos no campo cinematográfico durante o Festival em Biarritz, o jovem cineasta acabará por conseguir o apoio do produtor Pierre Braunberger. Uma versão em 35mm é então realizada e Rouch acompanhará de perto a montagem realizada por Suzanne Baron, montadora designada pelo produtor e que trabalhara recentemente com nomes de prestígio tais como Jacques Tati (esse momento, segundo Rouch, foi igualmente decisivo em seu aprendizado sobre a arte cinematográfica, sobretudo sobre o que ele costumava designar como o “demônio da montagem”).

172 |

A articulação das imagens perturbadoras de possessão dos Hauka com os comentários do cineasta na versão final de *Os mestres loucos* (1955) acabou por garantir ao filme um lugar de destaque tanto na filmografia de Jean Rouch, como na tradição do filme etnográfico (sobretudo por seu potencial caráter anticolonialista que constantemente é discutido pelos estudiosos do campo, assim como pela novidade de revelar uma África urbana até então relegada ao segundo plano pelos antropólogos). A despeito da diversidade de reações provocada, o filme conquistou o Grande Prêmio da Bienal internacional de cinema de Veneza, em 1957, o que irá conferir mais um sinal de distinção para Rouch no campo cinematográfico.

Vale notar, contudo, que esse primeiro período da produção cinematográfica de Jean Rouch, que vai de 1946 até meados dos anos 1950, será de modo geral marcado por documentários circunscritos aos limites do registro etnográfico, boa parte deles ligados aos projetos de pesquisa desenvolvidos por ele no período. A partir, então, de *Os mestres loucos*, em direção à passagem dos anos 1950 para 1960, é que irão se localizar os filmes fundamentais para a consolidação da posição autoral de Jean Rouch no campo do cinema, assim como para a compreensão de sua relação com a geração prestigiada da *Nouvelle vague*. Trata-se do período onde se elabora a etnoficção<sup>14</sup> desenvolvida pelo cineasta, e que é marcado por

14 Dentre as etnoficções realizadas por Rouch nesse período, destacam-se os filmes *Jaguar* (1957-1967), *Eu, um negro* (1958) e *La pyramide humaine* (1959).

filmes com os quais Rouch, segundo Fernão Ramos, “provoca uma espécie de virada epistemológica na história do cinema”. (RAMOS, 2008, p. 314)

Segundo as palavras de Jean-Paul Colleyn sobre a importância desses filmes na contribuição de Rouch ao campo do cinema:

O filme *Os mestres loucos*, que fez escândalo quando de sua primeira exibição, se tornou um clássico que influenciaria Jean Genet e Peter Brook, e que exibimos em todas as escolas de cinema. Esse filme, mais a tríade formada por *Eu, um negro*, *La Pyramide humaine* e *Crônica de um verão* constituem uma das chaves do ensino tradicional do cinema. Trata-se de um desafio lançado a todos os profissionais, a todos aqueles que, de uma maneira ou de outra, pensam saber como se deve fazer um filme. Não tivesse Rouch realizado nada mais do que esses quatro filmes, mesmo assim ele teria deixado sua marca na história da sétima arte. Aqui o cineasta que borrou as fronteiras entre os gêneros; não apenas realizou etnoficções com seus amigos nigerianos, mas, mesmo no interior do gênero documentário, se distanciou do discurso de sobriedade que, segundo o teórico Bill Nichols, faz sua especificidade. (COLLEYN, 2009, p. 12, tradução nossa)

173

## O PERÍODO DA CONSAGRAÇÃO E A PROXIMIDADE COM A *NOUVELLE VAGUE*

Em consonância com as palavras de Colleyn acima citadas, Fernão Ramos (2008) irá identificar em *Eu, um negro* (1958) o marco principal a partir do qual a obra de Jean Rouch extrapolaria os limites da representação etnográfica a que sua produção fílmica se dedicava até então. Pode-se dizer que grande parte dos procedimentos estilísticos e narrativos valorizados como traços distintivos da obra do “autor Rouch” ganhariam evidência, sobretudo, a partir da recepção desse filme. Em artigo publicado nos *Cahiers du cinéma* em 1959 Jean-Luc Godard irá afirmar:

Agora, tudo ficou claro. Confiar-se ao acaso é poder escutar *as vozes*. Como a Jeanne de outrora, nosso amigo Jean partiu, com uma câmera, senão para salvar a França, pelo menos o cinema francês. Uma porta aberta para um cinema novo, diz o cartaz de *Eu, um negro*. Como ele tem razão. Rouch é tão importante quanto Stanislavsky, pois, desde que o cinema existe, teve como ponto de partida aquilo

que o diretor de teatro russo procurava como ponto de chegada. Mais importante também do que Pirandello, pois que espontaneamente ambicioso e não de uma espontaneidade calculada como no Visconti de *A terra treme*. (GODARD, 1959, p. 5, tradução nossa)

Para além de mais uma premiação conquistada (prêmio Louis Delluc de 1959), essa repercussão extremamente favorável de *Eu, um negro* junto à crítica foi decisiva para o posicionamento de Jean Rouch como um precursor dos cinemas novos que logo mais iriam se desenvolver. O trecho acima citado revela ainda outro ponto de contato da sua obra nesse período que vale a pena ressaltar, pois não se pode esquecer a proximidade, nos anos de 1950, entre o movimento do neorealismo na Itália e as práticas documentárias. Contemporânea assim de um momento bastante particular na história do cinema, onde os modos de representação fílmica e o próprio lugar e papel dos cineastas se viram questionados de diferentes modos, a conquista da posição autoral por Rouch no campo cinematográfico deve ser considerada à luz desse contexto:

174 |

Se trata da época marcada pelo fim da Segunda Guerra Mundial. O cinema europeu conhecia então uma mutação irreversível que podemos, por sinal, relacionar a todas as outras formas de expressão artística: pintura, literatura e música principalmente. As experiências, as representações e as ideias sobre o mundo, sobre o próprio indivíduo e sobre o outro, sobre o real e a realidade se transformaram de modo tão evidente depois da guerra que as imagens analógicas, indiciais ou frequentemente referenciais do cinema, fossem elas realistas ou não, revelaram todas essas transformações como se fossem uma película sensível. Tínhamos acabado de ver os filmes neo-realistas, que primeiro manifestaram a grande crise dos modelos narrativos do cinema. Na França dos anos de 1950, alguns cineastas continuaram o mesmo trabalho de desconstrução dos modos de narrar. Jean Rouch, claro, mas também, dentre os mais conhecidos: Chris Marker, Alain Resnais, Agnès Varda. Os filmes que eles respectivamente realizaram entre 1950 e 1958 [...] tinham ao menos uma característica comum bastante evidente. Todos à procura de um ponto de contato, até então inédito, entre os dois pólos tradicionais do documentário, a observação-registro de um lado, e o discurso-reconstituição que passava pela clássica voz *off* do comentário, do outro. (SCHEINFEIGEL, 2008, p. 49, tradução nossa)

Dessa forma, compreender a tomada de posição autoral promovida pela repercussão dos filmes realizados por Rouch nesse período depende, igualmente, da compreensão desse caminho que desejava trilhar um cinema “moderno” na Europa do pós-guerra. Um momento onde práticas ficcionais e documentárias se viram transgredidas não só nos filmes de Rouch, mas também na produção de alguns de seus contemporâneos.

Vale aqui, no entanto, refletir um pouco mais sobre a perspectiva de se considerar a conquista da autoria inserida em um contexto complexo de relações tal como nos convoca Bourdieu. Nesse sentido, ainda que traços semelhantes aos valorizados na obra de Rouch possam ser identificados na obra de outros cineastas, o fato de Rouch ter sido considerado como um pioneiro no momento específico da emergência desses cinemas novos para os quais ele se tornou referência foi um elemento decisivo para que sua figura como autor adquirisse distinção na história do cinema. Jean Rouch, assim, acabou por se configurar como autor ao se reconhecer, em sua obra, o tensionamento de fronteiras e convenções inscritas no campo naquele contexto.

Contudo, o que aqui se quer fazer notar é o fato de que o cenário particular do campo cinematográfico no momento em que Rouch obteve essa posição era, simultaneamente, propício ao reconhecimento e consagração dessa ação transgressora. Em outras palavras, como o trecho citado de Scheinfeigel permite perceber, Jean Rouch veio a ocupar, assim, uma posição que se tornara virtualmente possível pelo conjunto das ações de diferentes agentes posicionados no campo naquele momento. Confirmasse, dessa forma, que a posição “inovadora” do cineasta se afirma e pode ser valorizada sempre com relação a um contexto específico vigente na época e que, diferente do paradigma do autor “gênio”, a singularidade do autor, nessa perspectiva, não é negada, porém está vinculada a todo um quadro de possibilidades ao qual se relacionou a posição do cineasta em determinado momento.

Garantidas as condições de realização de suas pesquisas e filmes na África, devido à posição alcançada no campo da antropologia, Rouch conquistará, tanto por conta de sua consagração junto à crítica, como pelas relações estabelecidas no campo cinematográfico, as condições necessárias



que lhe permitirão realizar, nos anos de 1960, alguns filmes na França (a maioria deles mais próxima da estética da *Nouvelle vague*).<sup>15</sup>

Se *Eu, um negro* pode ser considerado como o marco principal da sua consagração junto à crítica cinematográfica, no círculo mais restrito do documentário, sua obra de maior relevo sem dúvida foi *Crônica de um verão* (1960), especialmente por resultar de um conjunto de inovações nas técnicas de registro em que Rouch se viu diretamente envolvido e que viriam a ter uma influência decisiva nos modos de representação documentária, especialmente no chamado “cinema direto”. (RAMOS, 2008, p. 283) Igualmente seu filme de maior reconhecimento junto ao público, *Crônica de um verão* (1960), assim como *Au pays de mages noirs*, constitui, no entanto, um caso curioso e de certa forma à parte na filmografia do cineasta.

176

Fruto de um projeto concebido pelo renomado sociólogo Edgar Morin, a experiência desse filme realizado a quatro mãos foi narrada com detalhes por ele em *Chronique d'un film* (1962). Posteriormente, esse mesmo relato viria a receber atenção na análise feita por Paul Henley (2009), que, inspirado por palavras do próprio Rouch, denominaria essa experiência de autoria compartilhada como a “crônica de um jogo violento”:

Ainda que Morin e Rouch tenham iniciado o projeto em acordo sobre os objetivos do filme e os métodos que seriam utilizados, no processo de realmente implementarem suas ideias, inúmeras diferenças fundamentais se impuseram entre eles. Codireção, descobriria Rouch, não dizia respeito a um trabalho em equipe baseado em colaboração mútua, mas, como ele próprio colocou, era ‘um jogo violento, onde a discordância é a única regra e a única solução possível repousa na resolução do desacordo’. (HENLEY, 2009, p. 146, tradução nossa)

Para além das diferenças entre Jean Rouch e Edgar Morin durante a realização do filme, Henley também irá chamar a atenção para o incômodo do cineasta frente às frequentes pressões do produtor, Anatole Dauman (que havia aceitado financiar o projeto devido, principalmente, ao contato

15 Além de *Crônica de um verão*, fazem parte desse conjunto de filmes as ficções *La punition* (1963), *Les veuves de quinze ans* (1966) e *Gare du Nord* (1965).

anterior com Morin e que cobrava de Rouch uma conduta profissional conforme a lógica habitual da produção cinematográfica). Vale lembrar que, de modo geral, Rouch costumava controlar praticamente sozinho a maior parte do processo produtivo de seus filmes (os quais, por vezes, contrariando a lógica habitual do campo do cinema, demoravam décadas para serem finalizados). Nesse mesmo sentido, a presença de três operadores de câmera diferentes, além da troca de montadores várias vezes imposta pela produção, acabaram por fazer de *Crônica de um verão* algo muito distinto, ao que tudo indica, do plano original de ambos os seus autores.

Contudo, do ponto de vista das dinâmicas do campo cinematográfico, ao ter se tornado um dos maiores sucessos na carreira de Jean Rouch e influenciado posteriormente toda uma geração de cineastas, esse filme representou, tanto ou mais do que *Eu, um negro*, um marco fundamental de sua consagração como autor. Nesse sentido, fica evidente como a perspectiva de análise da autoria a que convoca Pierre Bourdieu torna possível lidar com a aparente incoerência “autoral” que se poderia apontar em um caso como esse.

A partir desse período, já posicionado como um diretor consagrado no campo do cinema, Rouch continuará realizando filmes por várias décadas, transitando com relativa desenvoltura entre a prática da antropologia fílmica e outros tipos de experiências cinematográficas (etnoficções, ficções, cine-retratos etc.). Conquistou, assim, curiosamente, uma posição de prestígio marcada pela frequente mobilidade entre os campos acadêmico e cinematográfico.

#### **DAS POSIÇÕES DE UM NÃO PROFISSIONAL OU DE UMA PERSPECTIVA FUTURA DE ANÁLISE**

Frente ao desafio inicial proposto por Pierre Bourdieu para a análise da autoria, espero ter sido possível vislumbrar, ao menos em linhas gerais, os múltiplos contextos que se viram implicados na criação das condições necessárias para a conquista da posição autoral por Jean Rouch. No espaço entre o contato inicial com os círculos da antropologia e do surrealismo nos anos de 1930 e seu reconhecimento como precursor da *Nouvelle Vague* nos anos de 1950-1960, em um período igualmente marcado por

intensas transformações na cena cultural e artística europeia, a figura de Rouch como autor alcançou relevo no campo do cinema.

No entanto, como bem apontado por Michel Marie no prefácio à obra de Scheinfeigel, esse trânsito frequente de Jean Rouch pelo espaço que aqui chamei de “entre campos” acabou, igualmente, por alimentar várias críticas ao seu trabalho ao vinculá-lo, tanto no campo do cinema como no da antropologia, à figura de um eterno “amador”.<sup>16</sup>

Os filmes de Rouch são mundialmente célebres, estudados em todas as universidades em que se analisa o cinema documentário e sua escola. Estuda-se *Eu, um negro* nos EUA, Brasil e Canadá, para citar os países em que tive a ocasião de verificar.

Certamente, Rouch está longe de ser um desconhecido na França. Mas nunca foi considerado como parte da comunidade dos cineastas profissionais. É um franco-atirador. Um etnólogo cineasta. Sempre trabalhou em formato “sub-standard”, o 16mm. Fez filmes com uma ou duas pessoas, por vezes mesmo sozinho. Não era um ‘verdadeiro profissional’ do ‘cinema de verdade’.

Como etnólogo, é por vezes considerado segundo uma condescendência irônica. Seus filmes eram muito pessoais, subjetivos, insuficientemente ‘científicos’, por vezes completamente fracassados, como foram, aos olhos de alguns críticos, *Les veuves de quinze ans* ou *Dionysos*, seu último naufrágio. Em resumo, Rouch foi um farsante simpático.

[...]

Mas é precisamente sua desenvoltura, seu anarquismo intelectual miúdo que valorizam o seu cinema. (SCHEINFEIGEL, 2008, p. 7, tradução nossa)

Do ponto de vista da lógica de análise que nos propôs Bourdieu, e tendo em vista as dinâmicas dos campos em que Jean Rouch atuou, surge assim não exatamente uma conclusão, mas uma última provocação

16 Uma posição que, na verdade, acabou por se tornar cara a Rouch e que ele fazia questão de reafirmar em seus discursos.

a partir das palavras acima citadas, a qual pode igualmente ser vista como um convite para aprofundar ainda mais a análise do “caso Rouch”:

Não teria sido justamente essa posição amadora, “com um pé em cada um dos campos”, que acabou por permitir a Rouch o espaço possível para transgredir com relativa facilidade convenções instituídas seja no campo da antropologia, da narrativa cinematográfica ou da representação documentária? E não foi, sobretudo, o reconhecimento dessas mesmas transgressões que o levariam a ocupar uma posição de prestígio em todos esses campos, ainda que de forma controversa?

## REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. Lisboa: Editorial Presença, 1996.

BRINK, Joram ten. *Building bridges: the cinema of Jean Rouch*. London and New York: Wallflower press, 2007.

COLLEYN, Jean-Paul (Org.). *Jean Rouch: cinéma et anthropologie*. Paris: Cahiers du Cinéma, 2009.

EATON, Michael. *Anthropology, reality, cinema: the films of Jean Rouch*. London: British Film Institut, 1979.

GODARD, Jean-Luc. *L'Afrique vous parle des fins et de moyens*. Paris: Cahiers du cinéma, n.94, avril 1959. Disponível em: <<http://www.derives.tv/L-Afrique-vous-parle-de-la-fin-et>>. Acesso em: 12 nov. 2012.

GONÇALVES, Marco Antonio. *O real imaginado: etnografia, cinema e surrealismo em Jean Rouch*. Rio de Janeiro: Topbooks, 2008.

DUBOSC, Dominique. *Jean Rouch, premier film: 1947-1991*. Kinofilm, 1991, 26min.

HENLEY, Paul. *The adventure of the real: Jean Rouch and the craft of ethnographic cinema*. Chicago: University of Chicago press, 2009.

L'INVENTAIRE de Jean Rouch. Produção: Julien Donada e Guillaume Casset. Paris: l'Harmattan vidéo, 1993, 1 DVD (32min), son., color.

LAHIRE, Bernard. Reprodução ou prolongamentos críticos?. *Educação & Sociedade*, ano 23, n. 78, abr. 2002.

JEAN Rouch and his camera in the heart of Africa. DER: Massachusetts, 1978. 1 DVD (74 min), son., color. Produção de Philco Bregstein, Colaboração da Televisão Holandesa.

OLIVEIRA, Miguel (Org.). *Nouvelle Vague*: cinemateca portuguesa. Lisboa: Museu do Cinema, 1999.

RAMOS, Fernão P. *Mas afinal... o que é mesmo documentário?*. São Paulo: Editora Senac, 2008.

PHILO, Bregstein. *Jean Rouch and his camera in the heart of Africa*. Massachusetts: DER. DVD, 74 min., colorido. Produzido em colaboração com a televisão holandesa.

ROUCH, Jean e MORIN, Edgar. *Chronique d'un été*. Paris: InterSpectacles, 1962.

180 | ROUCH, Jean. *Alors le Noir et le Blanc seront amis*: carnets de mission 1946-1951. Paris: Mille et une nuits, 2008.

SCHEINFEIGEL, Maxime. *Jean Rouch*. Paris: CNRS editions, 2008.

SUR les traces du renard pâle. Produção: Luc Heusch. Paris: Éditions Montparnasse, 1983, 1 DVD (48min), son., color.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. Pierre Bourdieu: a teoria na prática. *RAP*, Rio de Janeiro, v. 40, n. 1, p. 27-55, 2006.

WIJNTJES, Marie-José (Ed.). *Découvrir les films de Jean Rouch*: collecte d'archives, inventaire et partage. Paris: CNC, 2010.

# CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE E AFIRMAÇÃO NO CAMPO: *NOTAS PARA UM ESTUDO DA TRAJETÓRIA DE LARS VON TRIER*

*Emília Valente Galvão*

181

## INTRODUÇÃO

O cineasta dinamarquês Lars von Trier é famoso internacionalmente pelos episódios midiáticos que costuma protagonizar. Na edição 2011 do Festival de Cannes, ele foi expulso pela organização do evento, após uma desastrosa coletiva à imprensa em que fez piada, dizendo-se nazista e simpatizante de Hitler. Dois anos antes, também em Cannes, já atraíra polêmica com as cenas de sexo explícito e mutilação de *Anticristo* (2009). Estes exemplos são apenas alguns dos mais recentes numa coleção de controvérsias que acompanham a trajetória do cineasta desde o início de sua carreira.<sup>1</sup>

---

1 Para conferir um resumo do episódio que levou à expulsão do diretor na edição 2011 do Festival de Cannes, ver <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2005201109.htm>>, sobre a polêmica à época do lançamento de *Anticristo* ver <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1905200908.htm>> e <<http://g1.globo.com/Noticias/Cinema/0,,MUL1156719-7086,00-SOB+FOGOCERRADO+VON+TRIER+DECLARA+SOU+O+MELHOR+DIRETOR+DO+MUNDO.html>>. Mais informações sobre lances controversos na trajetória do diretor podem ser encontradas em <<http://www.contracampo.com.br/50/vontrier.htm>>. Por ocasião das revisões finais para publicação deste artigo, Lars von Trier chamava atenção da mídia com o lançamento do filme erótico *Nymphomaniac* (2013), que apresenta cenas de sexo não-simulado.

Em paralelo, ao longo das últimas décadas, o dinamarquês se tornou um dos mais prestigiados do campo do cinema internacional. Nove dos 10 longas de ficção dirigidos por von Trier foram apresentados na mostra principal do Festival de Cannes, considerado o evento mais importante de reconhecimento do cinema internacional fora dos limites de Hollywood. Em 2000, recebeu a Palma de Ouro, prêmio máximo do festival, por *Dançando no Escuro* (*Dancer in the Dark*). Sua obra é também, objeto de interesse de pesquisas acadêmicas,<sup>2</sup> além da publicação já de alguns livros que se dedicam de modo mais extenso a interrogar o conjunto dos seus filmes.<sup>3</sup> Nesse contexto, credita-se com frequência ao diretor dinamarquês um status de autor.

Da perspectiva de uma investigação acadêmica, no entanto, o conceito de autoria – apesar da grande influência que continua tendo sobre o modo de pensar e fazer cinema – permanece problemático. Aumont (2003, p. 26-27) resume algumas objeções comumente levantadas ao conceito.

182

Nos outros campos artísticos, o autor é aquele que produz a obra, escreve um livro, compõe uma partitura, pinta um quadro. O cinema é uma arte coletiva, e nele a criação estritamente individual é rara (caso de alguns filmes experimentais nos quais o cineasta exerce todas as funções, do produtor ao projetor). Um filme de ficção realizado em studio supõe uma equipe, mas isso também acontece com o documentário de pequeno orçamento. [...] Se nos ativermos à primeira definição do termo: “pessoa que é a causa primeira, que está na origem de um produto ou uma obra, sobre as quais se tem um direito”, o autor identifica-se com o produtor e, por isso, na maior parte das legislações que regem a propriedade dos filmes, os direitos de autor cabem à produtora. Os roteiristas e o diretor têm apenas direitos morais ou simbólicos. A liberdade de criação do cinema é sempre muito relativa, sendo, portanto, paradoxal afirmar sua paternidade da obra ou reconhecer sua assinatura pessoal no contexto de uma produção padronizada.

Aumont (2002, p. 26) nota, no entanto, que o aparecimento da noção de autor em cinema está ligado, historicamente, à “[...] luta dos

2 No Brasil, ver (OLIVEIRA, 2006; FÉOLA, 2007; RODRIGUES, 2006).

3 Ver (BAINBRIDGE, 2007; SIMONS, 2007).

intelectuais e artistas pelo reconhecimento do filme como obra de arte, expressão pessoal, visão do mundo própria a um criador”. Teria sido assim, por exemplo, nos anos 1960, com os jovens da Cahiers du Cinéma (quase todos na época cineastas ou aspirantes a cineastas) e a sua política de autores que valorizava a expressão do estilo pessoal do diretor, sua atuação como autor do filme e não apenas um mero executante das diretrizes definidas por um roteirista.

Como se sabe, a política dos autores serviu de influência para uma teoria do autor (SARRIS, 2004, 2003) que buscava legitimidade teórica para o empreendimento de tomar o cineasta (ou ao menos alguns diretores considerados dignos do título) como vetor para a compreensão de seus conjuntos de obras. A princípio, no entanto, o movimento dos “jovens turcos” foi, como seu próprio nome indica, um ato político, uma tomada de posição no contexto do cinema francês da época. A compreensão deste fato nos orienta na direção de outra perspectiva para o estudo da autoria em cinema. Tomando como base a noção de campo social de Pierre Bourdieu e sua análise do processo de constituição da autonomia do campo artístico e literário no século XIX, este artigo se propõe a levantar elementos para tentar entender o modo como Lars von Trier se constituiu – e também foi constituído – como um cineasta-autor dentro dos campos do cinema dinamarquês e internacional. Para isso, foram analisados dados sobre a sua trajetória e depoimentos prestados à imprensa pelo cineasta, sobretudo durante o período que consideramos aqui como de consolidação da carreira do cineasta, que vai de 1984, com o lançamento de seu primeiro longa-metragem, *O Elemento do Crime*, até a conquista da Palma de Ouro em 2000. Antes desta investigação, no entanto, o artigo se detém num esclarecimento sobre as formulações de Bourdieu utilizadas ao longo do texto e as contribuições do autor à sociologia da produção cultural.

## **CAMPO, TRAJETÓRIA DO ARTISTA E PROJETO CRIADOR**

Uma dificuldade para a transmissão de forma mais didática do pensamento de Pierre Bourdieu advém do fato de que seus conceitos não podem ser compreendidos de maneira isolada. “Noções como habitus, campo e



capital podem ser definidas, mas somente no interior do sistema teórico que eles constituem”, adverte o próprio autor, em *Reponses*. (BOURDIEU apud SOCHA, 2010, p. 46). Em *As Regras da Arte*, livro onde estão sistematizadas suas principais contribuições a uma sociologia da produção artística, Bourdieu não se detém numa objetivação destes conceitos. Suas reflexões, no entanto, consistem numa aplicação direta destas noções à compreensão da obra de arte e do processo de criação artística.

De acordo com Thompson (1991 apud HESMONDHALGH, 2006, p. 212) o campo pode ser definido como “um espaço estruturado de posições no qual as diferentes posições e suas interações são determinadas pela distribuição de diferentes recursos ou ‘capitais’”. Dentro desta perspectiva, o campo é pensado como um domínio relativamente autônomo em relação a outros campos, onde diferentes agentes estão posicionados e se relacionam, num jogo de forças onde atuam em permanente disputa por concorrência e dominação. Cada campo é associado por Bourdieu a um determinado espaço social. É nesse sentido que é possível falar, por exemplo, dos campos cultural, artístico, econômico, educacional, científico, jornalístico etc. A posição dos agentes no campo – e a natureza das relações entre eles – estão diretamente vinculadas aos recursos de que dispõem, ao volume e a natureza do capital por eles acumulados. Para salientar como a lógica da dominação ultrapassa a esfera material, Bourdieu fala não apenas em capital econômico (renda, salários, imóveis), como em capital cultural (saberes e conhecimentos reconhecidos por diplomas e títulos), social (relações que podem ser convertidas em recursos de dominação) e simbólico (prestígio ou honra).

Em *As Regras da Arte*, portanto, o objetivo do sociólogo francês é decifrar o processo de estruturação do campo artístico e literário na França do século XIX, enquanto campo autônomo. Em outras palavras, compreender em que circunstâncias este campo pôde se constituir como um “[...] mundo à parte sujeito às suas próprias leis” (BOURDIEU, 1996, p. 84), um mundo que proclama como regra a sua independência em relação às regras dos campos econômicos e políticos. Esta empreitada leva Bourdieu a voltar-se para o estudo da trajetória e do projeto criador de escritores que a seu ver foram fundamentais para a constituição da

autonomia do campo literário, como Baudelaire e, especialmente, Gustave Flaubert. Como sintetiza Goldstein (2010, p. 59), para Bourdieu,

[...] as obras guardam traços de determinismos sociais que se exercem por meio do *habitus*<sup>4</sup> do produtor (família, escola, contatos profissionais) e das demandas e constrangimentos sociais inscritos na posição ocupada por esse artista no campo de criação.

Por conta disso, o sociólogo não se limita a analisar os mecanismos econômicos ou as forças políticas e sociais que supostamente determinariam o percurso do escritor e sua obra. A tarefa a que ele próprio se propõe é a de “reconstituir o ponto de vista do autor” a partir da reconstituição do “[...] espaço de tomadas de posições artísticas atuais e potenciais em relação ao qual se construiu o seu projeto artístico” (BOURDIEU, 1996, p. 107). No livro *Razões Práticas*, Bourdieu chama a esse tipo de investigação de “estudo da trajetória”. A diferença entre o estudo da trajetória e as biografias comuns é que ele procuraria descrever a “[...] série de posições sucessivamente ocupadas pelo mesmo escritor em estados sucessivos do campo”. (BOURDIEU, apud GOLDSTEIN, 2010, p. 59) Para tanto, propõe buscar reconstituir o “espaço dos possíveis” à disposição do escritor/artista, incluindo os fatores que limitaram ou facilitaram suas tomadas de posição no campo, e que deixam suas marcas inscritas no seu projeto criador.

Neste contexto, merece especial atenção aqui o conceito de projeto criador. Considerado como objeto de investigação da sociologia da criação artística, o projeto criador é definido por Bourdieu (2002, p. 146) como “[...] o lugar onde se mesclam e às vezes entram em contradição a necessidade intrínseca da obra – que necessita prosseguir, ser aprimorada e concluída – e as restrições sociais que a orientam a partir do exterior”. O interessante neste conceito – e que justifica o interesse por sua aplicação no âmbito de uma pesquisa sobre cinema – é como ele visa superar a tradicional dicotomia entre os estudos de análise interna, textual, e um

4 O *habitus* pode ser definido como um sistema aberto de disposições, ações e percepções que os indivíduos adquirem com o tempo em suas experiências sociais (tanto na dimensão material, corpórea, quanto simbólica e cultural, entre outras).

tipo de investigação contextual, que foca nas circunstâncias que cercam a obra e a determinam.

Assim, ao tomar como objeto o projeto criador, como encontro e ajuste entre determinismos e uma determinação, a sociologia da criação intelectual e artística pode ultrapassar a oposição entre uma estética interna, que impõe a si mesma tratar a obra como um sistema que encerra em si mesma sua razão e sua razão de seu, que define em si mesmo, em sua coerência, os princípios e as normas de seu deciframento; e uma estética externa, que muito amiúde, ao preço de uma transformação redutora, se esforça em por a obra em relação com as condições econômicas, sociais, culturais e de criação artística. (BOURDIEU, 2002, p. 19)

186 |

Levando em conta tais premissas, é que se buscou neste artigo levantar algumas reflexões que servirão de ponto de partida para a construção de um estudo sobre a trajetória de Lars von Trier e seu projeto criador. Apesar das elaborações do sociólogo francês terem servido de base, de modo muito direto, para a análise do itinerário autoral do cineasta dinamarquês, é preciso não perder de vista alguns desafios inerentes à tarefa de tentar aplicar seu método a uma produção cultural contemporânea. O principal deles é que o trabalho de Bourdieu detém-se apenas no panorama do campo artístico do século XIX, deixando de lado o exame das profundas transformações ocorridas deste então, sobretudo a partir do crescimento e consolidação das indústrias culturais.

Para Hesmondhalgh (2006) esta seria uma das principais limitações da abordagem bourdiesiana, juntamente com o fato de que sua análise privilegia o estudo do que o próprio autor define como subcampo das produções culturais de mercado restrito (cujos agentes tendem a acumular altos níveis de capital simbólico e baixos níveis de capital econômico) – em oposição ao subcampo das produções culturais de larga escala, regidas por uma lógica puramente comercial (altos níveis de capital econômico, baixos níveis de capital simbólico). Hesmondhalgh (2006) argumenta que à medida que a indústria cultural tornou-se mais complexa, esta oposição simples se demonstra insuficiente para dar conta das configurações que envolvem o processo de produção de bens culturais, fabricados não raras vezes, por grandes corporações industriais e segundo sofisticadas estratégias

mercadológicas para alcançar, porém, fatias do mercado bastante restritas e segmentadas. A análise que se segue procurou se manter atenta a estas objeções. Não obstante, acredita-se que as várias homologias encontradas entre o panorama descrito por Bourdieu e as dinâmicas em jogo na trajetória de consolidação de Lars von Trier no campo cinematográfico sejam suficientes para demonstrar a rentabilidade desta perspectiva de análise.

### O PROCESSO DE AFIRMAÇÃO NO CAMPO

Em sua tentativa de reconstituição da trajetória de Flaubert no campo literário do século XIX, uma tarefa empreendida por Bourdieu foi tentar conhecer os “pares” do autor de *Madame Bovary* na cena literária francesa da época. Para Bourdieu, é em relação ao posicionamento de seus pares, em contraposição a eles e suas obras, que um autor constrói o seu próprio projeto artístico. Seguindo esta estratégia, cabe perguntar então: quando von Trier lança os seus primeiros filmes, nos anos 1980, quem são os seus pares no cinema dinamarquês? Como o então jovem diretor se posiciona em relação a eles? A análise de uma série de entrevistas fornecidas à imprensa durante este período (LUMHOLDT, 2003; STEVENSON, 2002) traz indícios interessantes. O primeiro deles é que, desde o início da carreira, Trier adota a estratégia de se distinguir radicalmente do panorama do cinema dinamarquês, muitas vezes expressando desdém ou ironia em relação à produção de seus conterrâneos. Em 1984, por exemplo, ele revela que escolheu atores ingleses para os papéis principais de *O Elemento do Crime* “em parte porque queria atingir uma platéia internacional e em parte porque os atores dinamarqueses deixariam o filme dinamarquês demais”. (ALLING, 2003, p. 26) Dois anos antes, uma repórter comenta que *Images of a Relief* (1982) – realizado para a sua graduação no National Film School of Denmark e ganhador do prêmio especial do Festival Europeu de Escolas de Cinema de Munich – é muito “não-dinamarquês”. A resposta é direta:

Isso me agradaria se ele fosse muito “não-dinamarquês”. Acontece que eu tenho a opinião de que o cinema dinamarquês é refinado a ponto de ser ininteligível. Em outras palavras, os filmes se tornaram gradualmente tão chatos, tão insípidos, tão desprezíveis porque na

Dinamarca há algum tipo de grande medo, não só da parte dos consultores e dos diretores, mas aparentemente – eu não sei – da maior parte da nossa sociedade: o medo da fascinação, do milagre. É o que se chama de medo dos efeitos.<sup>5</sup> (TRIER, 1982 apud MICHELSEN, 2003, p. 8)

Nesta fase, as críticas de von Trier se dirigem principalmente a uma certa produção comprometida com questões políticas e sociais e vinculada a uma tradição de esquerda que combina sucesso de público com algum prestígio junto à crítica. Um de seus alvos preferidos é o cineasta dinamarquês Erik Clausen, diretor de comédias com “consciência social” conhecido por sua atuação nos movimentos político-culturais de esquerda dos anos 1970. “Se ele tem algum tipo de mensagem política, então ele devia simplesmente divulgá-la em lugar de escondê-la por trás de alguma tradição cômica – não há qualquer razão para manter viva este tipo de tradição.”<sup>6</sup> (TRIER, 1983 apud SCHWANDER, 2003, p. 22)

188

Em contraposição a este tipo de filme engajado – e também às produções hegemônicas regidas apenas pela lógica do entretenimento, von Trier aposta num cinema que ele descreve como “subversivo” e “ameaçador” tanto em seus temas como no exercício experimental de suas investigações formais. “Se você faz um filme que é reacionário em sua forma então o conteúdo se torna insignificante”. (TRIER, 1983 apud SCHWANDER, 2003, p. 23) Com afirmações como esta – e com seus próprios filmes<sup>7</sup> – o jovem diretor parece tomar para si um posição dentro do campo do cinema dinamarquês que é de questionamento, ruptura.

Sua rebeldia se inscreve, no entanto, numa tradição que remonta ao século XIX e que consiste na afirmação do campo artístico como irredutível tanto às regras do mercado quanto às exigências de compromisso político,

5 It would please me, if it were very “un-Danish”. I happen to have the opinion that Danish cinema is refined to the point of being unintelligible. In other words, the films have gradually become so boring, so insipid and so wasted down, because in Denmark there’s some kind of great fear, not only on the part of the consultants and the directors, but apparently – I don’t know – in most of our society: the fear of fascination, of the miracle, it’s called the fear of effects.”

6 If he has some kind of political message, than he should just let it out instead of hiding it behind some common comedy tradition – there’s no reason whatsoever to keep such traditions alive.

7 Desde o início, os trabalhos de von Trier causam polêmica. Em *Images of a Relief*, ele foi criticado por contar, com a ajuda de algumas experimentações formais, a história do martírio de um oficial nazista que é perseguido e morto após o fim da 2ª Guerra Mundial, subindo aos céus como um anjo.

social ou mesmo moral. Por volta de 1840, nos ensina Bourdieu, o campo literário francês se organizava em torno da contraposição entre uma “arte burguesa” e uma “arte realista”, que se afirmava como um prolongamento da tradição da “arte social”. Contra uma e outra, define-se, numa dupla recusa, uma terceira posição, a da “arte pela arte”. É a esta vertente que Bourdieu associa Flaubert e de modo ainda mais radical a figura do poeta Baudelaire. “Crítico obstinado do mundo burguês, opôs-se com o mesmo vigor, à ‘escola burguesa’ dos ‘cavaleiros de bom senso’, liderados por Émile Augier, e à escola socialista, que aceitam, uma e outra, a mesma palavra de ordem (moral): Moralizemos! Moralizemos!” (BOURDIEU, 1996, p. 81). A recusa do poeta se apresenta como desafio e questionamento radical a todas as posições institucionalizadas do campo.

Nesse sentido, talvez seja possível falar de uma homologia entre as posições dos dois artistas em seus respectivos campos artísticos, pelo menos se levarmos em conta esta primeira fase, de afirmação da carreira de von Trier. Na época, suas críticas ácidas não se dirigem apenas aos diretores, mas também a atores, produtores e profissionais responsáveis pelas políticas oficiais de apoio ao cinema “A maior parte do pessoal de cinema na Dinamarca não passa de charlatão” (TRIER, 1983 apud SCHWANDER, 2003, p. 21), dispara, em 1988. Enquanto ataca sistematicamente seus contemporâneos, o jovem von Trier chama para si o prestígio daquele que foi provavelmente o mais importante cineasta dinamarquês de todos os tempos. Em quase todas as entrevistas que concede faz questão de reverenciar Carl Dreyer, fazendo várias analogias entre a sua obra e a do diretor de *A Paixão de Joana d’Arc* (1929), e exaltando a sua “pureza” e “honestidade”.

É comum também que von Trier compare sua obra a de diretores de outros países consagrados no cenário de um cinema mais autoral e de pretensões artísticas, em especial Fassbinder, Tarkowski, Bergman e Herzog. Aos dois últimos (talvez não por acaso, na época, os únicos vivos e atuantes), ele acusa com frequência de terem se rendido ao mercado e perdido o veio criativo. Na apresentação de seu primeiro longa-metragem, *O Elemento do Crime*, o dinamarquês divulga um irreverente manifesto em que ataca os “velhos diretores institucionalizados”. A estes cineastas (Bergman entre eles), von Trier chama de “velhos mestres sexuais que hoje

se tornaram impotentes”. E acusa: “seus antigos a apaixonados casos de amor com o cinema se tornaram casamentos de conveniência.” (TRIER, 1984 apud TAPPER, 2003, p. 75)

Também nestas referências aos cineastas consagrados é possível traçar um paralelo entre o posicionamento de von Trier e a atitude dos artistas da vanguarda estudados por Bourdieu (1996, p. 21)

Como as referências de Manet aos grandes mestres do passado, Giorgione, Ticiano ou Velâsquez, as referências de Flaubert exprimem a um só tempo a reverência e a distância, marcando essa ruptura que constitui a história de um campo que atingiu sua autonomia. Complexidade da revolução artística: sob pena de excluir-se do jogo, só se pode revolucionar um campo mobilizando a história do campo, do qual dominam o capital específico muito mais completamente que seus contemporâneos, tomando as revoluções a forma de um retorno às fontes, à pureza das origens.

De modo semelhante, von Trier parece evocar a história do campo cinematográfico para legitimar o seu próprio posicionamento em relação a seus pares. Interessante notar como esta estratégia é mais evidente no início da sua carreira. O fato de se tratar de um cineasta novo, não só do ponto de vista biológico (ele tinha 28 anos quando recebeu seu primeiro prêmio em Cannes) quanto do ponto de vista da sua institucionalização no campo, parece estimular um projeto de afirmação dentro deste campo. A partir dos anos 1990, durante as entrevistas aqui estudadas, as referências aos grandes cineastas ainda persistem, mas as críticas ácidas a outros diretores e, sobretudo, aos contemporâneos dinamarqueses, se tornam menos frequentes. Em paralelo, o próprio cineasta irá, cercandose de jovens realizadores menos reconhecidos do que ele, deflagrar uma intervenção no campo do cinema dinamarquês de impacto internacional.

Em 1995, von Trier convida o também dinamarquês Thomas Vinterberg, que até então não havia lançado nenhum longa-metragem, a elaborar com ele um manifesto. Os dois sentaram e, segundo relatos do cineasta, em 45 minutos estava pronto o documento *Dogma 95*. Lançado internacionalmente durante as comemorações do centenário do surgimento do cinema, em Paris, num evento onde estavam cineastas como Wim Wenders e Costa-Gravas, o *Dogma* instituía o “voto de castidade”,

prescrevendo um conjunto de regras como a proibição do uso de filtros, do recurso às convenções de gênero, e a obrigatoriedade de filmar com iluminação natural e em ambientes naturais. Baseada numa retórica anti-ilusionista em defesa de um cinema mais “autêntico” e “verdadeiro”, a proposta apresentada em tom de farsa gerou polêmica instantânea, atraindo os holofotes da mídia internacional. É possível analisar o Dogma a partir de várias perspectivas, inclusive no modo como a sua proposta estética se alinha às transformações na obra de von Trier. Aqui, no entanto, interessa entender o que o movimento representou como tomada de posição do cineasta dentro do campo cinematográfico, sobretudo no contexto dinamarquês.

Para von Trier, o objetivo do Dogma era criar uma “nova onda” criativa, comparável à *nouvelle vague* francesa ou ao novo cinema alemão. Numa entrevista anterior, de 1987, ele já expressava interesse por este tipo de movimento.

Está claro que durante grandes períodos como a Nouvelle Vague ou o Novo Cinema Alemão, com Fassbinder, Wenders, etc., muitas pessoas podem subitamente se tornar incrivelmente inspiradas e um monte de filmes interessantes pode ser feito. Uma onda é formada. No momento, a onda já passou e nos encontramos na praia, onde vez ou outra uma pequena onda aparece, deixa uma espuma e vagarosamente volta ao mar. É onde estamos agora. E a única coisa que um cineasta pode fazer nessa situação é tentar alcançar um novo e frutífero período. Deve-se experimentar. (TRIER, 1987 apud STEVENSON, 2002, p. 103)

Ao contrário da *nouvelle vague* e de outros movimentos, o Dogma não foi o resultado da confluência espontânea de ideias e interesses de diferentes diretores. Com um conjunto de regras que o próprio von Trier apresenta como “impossíveis e paradoxais”, o manifesto é anunciado de forma performática, como uma espécie de paródia dos antigos manifestos modernistas. Tudo isso faz com que parte da imprensa da época denuncie a proposta como uma oportunista estratégia de marketing. O fato, no entanto, é que o movimento conseguiu deflagar na Dinamarca a produção de uma série de filmes criativos de alto impacto e baixo orçamento,



revelando vários realizadores, a começar por Vinterberg que ganhou o Grande Prêmio do Júri em Cannes com *Festa de Família* (FESTEN, 1998).

Para que estes filmes pudessem ser realizados, no entanto, foi preciso uma articulação entre instâncias diversas do campo do cinema dinamarquês. Em 1995, a ministra da Cultura da Dinamarca, Jytte Hilden, se interessou pelo movimento e prometeu uma quantia para a produção dos primeiros filmes do *Dogma*. Um ano depois, no entanto, o governo teve que voltar atrás, preocupado que a doação pudesse ser compreendida como favorecimento. A solução foi lançar um edital para filmes de baixo orçamento, o que desagradou a von Trier, já que os cineastas do *Dogma* teriam que concorrer entre si. Por fim, a controvérsia foi resolvida graças a um acordo financeiro com a principal rede de TV dinamarquesa.

192

Este episódio demonstra que, apesar de toda a verve transgressora do cineasta, das contínuas provocações que ele dirige aos mais diversos atores do seu campo de atuação, ele tem a habilidade também de promover articulações entre instâncias deste mesmo campo (jovens realizadores, produtores, representantes de organismos de fomento etc) com o objetivo de viabilizar o seu projeto criativo. Com o *Dogma*, além de criar uma caixa de ressonância para as suas ideias, von Trier assume um novo posicionamento dentro do campo do cinema dinamarquês, como fomentador de um certo cinema independente e de vanguarda. Nesse sentido, cessam as analogias com a trajetória de Baudelaire. No caso do poeta francês, a recusa em negociar com as mais diversas instâncias do campo artístico, social e político da época acaba levando-o a um processo de isolamento e a uma vida de privações e miséria.

Em von Trier, a defesa da “arte pela arte” se combina, não sem alguma contradição, com um diálogo intenso com o mercado. Desde os anos 1980, o cineasta produz regularmente trabalhos para a TV, além de comerciais, videoclipes e até vídeos institucionais para empresas. Nas entrevistas, ele se refere sempre a esta atividade como algo que realiza apenas para “pagar as contas” – especialmente diante do fracasso de bilheteria de alguns de seus filmes da época, em especial *Epidemic* (1987), um pseudo-documentário no qual ele e o seu parceiro roteirista Niels Vørsel interpretaram seus próprios papéis para reduzir os custos de produção.

Muitas vezes, nas entrevistas, o cineasta ostenta descaso em relação ao sucesso comercial de seus filmes, orgulhando-se de realizar obras como *Epidemic*, em que as limitações técnicas de produção são o preço a ser pago por uma maior autonomia. Outras vezes, assume abertamente – e aparentemente sem culpas – o projeto de uma boa bilheteria. “Não sou estúpido”, disse por ocasião do lançamento de *Europa* (1991), seu longa-metragem mais caro até então, “[...] eu não vou gastar o orçamento sabendo que dez pessoas vão assistir ao filme no cinema. É parte do meu trabalho que o maior número de pessoas possível veja este filme.”<sup>8</sup> (TRIER, 1992 apud ROSE, 2003, p. 87) À medida que sua carreira progride, passa a fazer comentários frequentes, em tom de zombaria, sobre o fato de estar “se vendendo” ou “comprometendo seus princípios”. Um jornalista pergunta se existe alguma possibilidade de ele trabalhar com animação computadorizada (algo que sempre desprezou) e von Trier responde prontamente: “Eu gradualmente perdi todos os meus princípios. Então, porque não deveria liquidar o princípio que diz que nós devemos estar aptos a determinar a origem de uma imagem?” (TRIER, 1994 apud ANDERSEN, 2003, p. 95)<sup>9</sup>

Em sua descrição do processo de autonomização do campo artístico e literário, Bourdieu chama atenção para a contradição que vivem os autores que aspiram a realizar a “arte pela arte”, ostentando independência em relação às esferas econômica e política. Para alguns, como Flaubert, esta opção se viabiliza em tempo integral graças à confortável segurança propiciada por uma herança. Já era comum na época, no entanto, que alguns artistas se dedicassem a trabalhos comerciais, inclusive no jornalismo, de modo a desenvolver, em paralelo, um projeto criativo mais autônomo. Este parece ser mais ou menos o caminho traçado pelo jovem Trier no início da sua carreira. Porém, à medida que ele ascende e se institucionaliza dentro do campo, torna-se mais difícil distinguir os limites entre o projeto criativo do cineasta-autor e a sua atuação mais diretamente voltada ao mercado. O campo da televisão, tradicionalmente associado a esta produção mais

8 “I’m not stupid”, he says, “I’m not going to spend the budget knowing that ten people are going to show up at the cinema. It’s part of my job to have as many people see this film as possible”.

9 I’ve gradually lost all my principles. So why shouldn’t I sell out the principle that says that we should be able to determine the origin of an image?

“comprometida”, passa a ser lugar inclusive para experimentações formais que só mais tarde serão incorporadas às obras produzidas para o cinema.

Em 1988, von Trier filma para a televisão dinamarquesa *Medéia* (MEDEA, 1988). Baseado num roteiro não filmado de Carl Dreyer, a produção divide comentários de crítica e público e é considerada pelo cineasta como experiência de “produção alternativa” para a televisão. Em 1994, funda com o produtor Peter Jensen a companhia Zentropa, que em pouco tempo se transforma numa das mais bem-sucedidas da Dinamarca. A proposta é que a criação da empresa ajude a viabilizar os projetos do cineasta com o grau de autonomia que ele deseja. No mesmo ano, realiza a primeira temporada da minissérie *O Reino* (Riget). Em entrevistas, ele compara a série a *Twin Peaks* (1990), de David Lynch. Para von Trier, a cultuada série televisiva americana é tão boa “porque se trata claramente do trabalho de um diretor sem o medo de ter que corresponder às expectativas de uma grande produção”. (TRIER, 1994 apud ANDERSEN, 2003, p. 94) Por isso, ele diz que com *O Reino* seu desejo era fazer apenas algo “prazeroso”. Resultado: a série – exibida até no Festival de Cinema de Veneza – se tornou um marco na trajetória do cineasta, por ter sido o seu primeiro sucesso com o grande público e ao mesmo tempo também a produção a partir da qual ele desenvolveu um estilo de filmagem de impacto realista, adotado em alguns de seus filmes de maior repercussão como *Ondas do Destino* (Breaking the Waves), *Os Idiotas* (Idiotern) e *Dançando no Escuro* (Dancer in the Dark). A essa altura, Lars von Trier já era uma celebridade na Dinamarca e um diretor consagrado internacionalmente. Sua trajetória demonstra um processo progressivo de assimilação a regras do mercado combinado, no entanto, a um esforço de autoafirmação como um cineasta comprometido com um projeto autoral. Como parte deste projeto, ele realiza também todo um investimento na construção e projeção de uma identidade ou persona artística e é este investimento que será analisado a seguir.

## CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE E AUTORIA

Tão importante para a configuração do projeto criativo de um autor quanto o jogo de relações com os demais agentes e instituições do campo é a própria representação social que o público faz deste autor e de sua obra. Para Bourdieu (2002, p. 5), “existem poucos atores sociais, [...], que dependam tanto quanto os artistas, naquilo que são e na imagem que têm de si mesmos, da imagem que os demais têm deles e daquilo que os demais são”.<sup>10</sup> Algumas vezes, a construção dessa imagem está ligada não só à reputação e ao prestígio adquirido pelo artista como também a traços do seu comportamento, aparência pessoal e estilo de vida. Dentro do processo de afirmação dos escritores e artistas no campo social do século XIX, Bourdieu chama atenção para o significado do fenômeno do dandismo e da instituição da boemia como estilo de vida específico dos artistas. O sociólogo acredita inclusive que no caso de Baudelaire, a identificação com a figura do dândi teria se configurado como um legítimo projeto estético.

195

A própria estética de Baudelaire encontra sem dúvida seu princípio na dupla ruptura que ele realiza e que se manifesta especialmente em uma espécie de exibição permanente de singularidade paradoxal: o dandismo não é apenas vontade de aparecer e impressionar, ostentação da diferença ou mesmo prazer de desagradar, intenção concentrada de desconcertar, de escandalizar, pela voz, pelo gesto, a brincadeira sarcástica; é também e sobretudo uma postura ética e estética inteiramente voltada para uma cultura (e não um culto) do eu, ou seja, para a exaltação e a concentração das capacidades sensíveis e intelectuais. (BOURDIEU, 1996, p. 97)

Guardadas as diferenças de contexto, esta “cultura do eu” como uma postura ética e estética, parece ter sido algo perseguido também muito precocemente por von Trier, mesmo que de forma não inteiramente consciente. Sua atitude iconoclasta, as provocações em tom de zombaria e farsa e os comentários mordazes parecem, às vezes, visar à polêmica de forma deliberada. O próprio cineasta admite em parte a sua participa-

<sup>10</sup> Existen pocos actores sociales que dependam tanto como los artistas, [...], em ló que son y em la imagen que tienen de sí mismos de la imagen que lós demás tienen de ellos y de ló que lós demás son.

ção na construção da imagem que a mídia difundiu dele. Em entrevista, ele lembra o fascínio que nutriu na juventude pela figura do cantor e compositor David Bowie e o modo como o artista produzia uma “fluida reinvenção da sua persona”.

Eu era louco por Bowie e pessoas deste tipo que criam uma imagem. E eu aceitarei isso como parte do showbiz do mesmo como um músico pop o fará – o modo como as pessoas promovem a si mesmas sempre foi importante para mim. Do meu ponto de vista, John McEnroe foi um grande jogador de tênis enquanto Bjorn Borg era realmente chato. De fato, McEnroe não conseguia controlar seu temperamento, mas isso foi também uma imagem que ele criou e na qual a mídia, subsequentemente, se baseou.<sup>11</sup> (TRIER, 1994 apud ANDERSEN, 2003, p. 89-90)

196

Ainda na escola de cinema, ele incorporou o título “von” ao seu nome. O apelido – que teria sido sugerido a princípio por um desafeto – brinca ironicamente com o fato do “von” sugerir nobreza enquanto Lars e Trier são nomes extremamente comuns na Dinamarca. Além disso, ao assumir este nome, o cineasta diz ter feito uma homenagem ao ator Erich von Stroheim e ao cineasta Josef von Sternberg (*O Anjo Azul*), dois judeus de origem humilde que adotaram o título “von” como nome artístico.

Bem, aristocracia vem de muitas maneiras e tipos e quando se pensa em ‘von’ é em relação a aristocracia. Você pode chamar isso de provocação da minha parte. Mas eu gostaria muito de ver isto como uma aristocracia interior, algo que eu irradio e, além disso, é claro, irradiar qualquer coisa que seja é algo completamente indesejável no cinema dinamarquês e na Dinamarca em geral. Mas eu realmente gostaria de dar a Gert Fredholm o crédito por este nome. Veja, nós discutimos incontáveis vezes na escola de cinema e isso terminou com ele me batizando de Lars von Trier e eu estou muito feliz com

11 I was crazy about Bowie and people like that, who create an image. And I'll accept this as part of showbiz in the same way that a pop musician will – the way in which people promote themselves has always be important to me. From my point of view John McEnroe was a good tennis player while Bjorn Borg was really boring. Granted, McEnroe couldn't control his temper, but it was also an image he himself created and which the media subsequently built upon.

isso, então eu o mantive.<sup>12</sup> (TRIER, 1982 apud MICHELSEN, 2003, p. 9)

Ao assumir o nome Lars von Trier, portanto, o cineasta incorpora à sua identidade uma aura de “nobreza” ao mesmo tempo em que reforça sua filiação a uma linhagem de homens de cinema. O modo como ele realiza este movimento, no entanto, sugere a ideia de artifício, farsa. Este tipo de paradoxo é recorrente não só nas obras do cineasta como nos relatos sobre sua vida pessoal. Pelo menos é o que se pode inferir das incontáveis informações que ele já forneceu à imprensa sobre a sua infância, suas relações familiares, medos, obsessões pessoais e angústias mais íntimas.

Nascido em 1956,<sup>13</sup> Lars von Trier foi criado por um casal de comunistas perseguidos pelo nazismo durante a 2ª Guerra Mundial. Seu pai era de origem judia, embora a família professasse o ateísmo. No documentário *Tranceformer – A Portrait of Lars von Trier* (1997), o cineasta conta que tinha a sensação de que tudo era permitido, “menos religião, sentimentos e alegria”. Segundo ele, a família se opunha radicalmente à criação de regras. Por isso, as crianças teriam sido criadas em total liberdade: von Trier não era obrigado nem a fazer as tarefas da escola.

Em 1989, ele tem acesso a uma grande revelação. Em seu leito de morte, a mãe lhe conta que seu verdadeiro pai não era Ole Trier, o judeu que o criou, mas Michael Hartmann, descendente de uma longa linhagem de músicos católicos. Von Trier teria sido concebido assim para garantir que herdasse “genes artísticos”. A notícia teria ocasionado uma reviravolta na vida e na carreira do diretor, que se converte ao catolicismo e passa a direcionar sua obra para a busca de uma maior “verdade” e “honestidade”.

Antes desta revelação, o cineasta havia realizado a chamada trilogia Europa (*O Elemento do Crime*, *Epidemic* e *Europa*). Os três filmes

12 Well, aristocracy comes in many shapes and sizes, and when we think of ‘von’ than it’s in relation to the aristocracy. You could call it a provocation on my part. But I would very much like to see it as an inner aristocracy, on that I radiate, and besides, it is of course a no-no in Danish cinema and in Denmark in general to radiate anything whatsoever. But I’d really like to give Gert Fredholm credit for this name. You see, I argued with him on countless occasions at film school, and it ended with him actually baptizing me Lars Von Trier, and I’m very happy with that, so I’ve kept it.

13 Dados extraídos de depoimentos prestados pelo próprio cineasta. (LUMHOLDT, 2003; STEVENSON, 2002)

refletem – de modo direto ou indireto – os fantasmas de uma Europa dilacerada pela 2ª Guerra Mundial. São também – com exceção um pouco de *Epidemic* – filmes fortemente estilizados, com uma preocupação formal extrema na composição e enquadramento dos planos, com o uso de muitos filtros e outros recursos técnicos e de iluminação.

A revelação materna e a adesão ao catolicismo coincidem com o lançamento do *Dogma* e o início da Trilogia do Coração de Ouro, formada por *Os Idiotas*, *Ondas do Destino* e *Dançando no Escuro*. A nova fase revela alterações marcantes no estilo de direção. A montagem foge dos padrões clássicos e os planos meticulosamente arranjados são substituídos por uma câmera errante conduzida às vezes pelo próprio cineasta num estilo que simula uma filmagem espontânea. Em paralelo, as narrativas se voltam para o martírio de heroínas femininas, de “coração puro”, e dispostas a todos os sacrifícios por amor.

198

Nesta fase, os vínculos entre os acontecimentos da vida pessoal de von Trier e seus filmes são óbvios, e o próprio diretor parece fazer questão de sinalizá-los. Assim, a Trilogia Europa refletiria diretamente o universo de preocupações vinculado à história dos pais do diretor, perseguidos durante a 2ª Guerra Mundial. Em contrapartida, as narrativas da Trilogia do Coração de Ouro (e também seu filme seguinte, *Dogville*) giram em torno dos temas do sacrifício e da expiação, centrais no catolicismo – a religião do seu pai biológico. O diretor explica ainda que o ateísmo da família e a ausência total de limites em sua criação o conduziram deste cedo a um fascínio pela religião e seus dogmas. Não parece ser à toa, portanto, que ele compara as regras “impossíveis e paradoxais” do movimento *Dogma* aos “dogmas religiosos”. (TRIER, 1998 apud KNUDSEN, 2003, p. 118) Para completar, sugere que a opção por uma estética realista e a retórica em defesa de um cinema mais “verdadeiro” sejam lidos como uma reação à grande farsa que se demonstrou ter sido a sua história familiar, após a revelação da mãe em seu leito de morte.

Com todos esses dados, torna-se muito sedutor o projeto de ler as estratégias e motivações por trás dos programas de efeito dos filmes do diretor à luz da sua inusitada biografia e de todas as suas obsessões e traumas. “Todas as minhas angústias estão em meus filmes” (TRIER, 1999 apud ROMAN, 2003, p. 134), confessa. Nos últimos anos, em boa

parte das suas entrevistas, von Trier se dedica a falar das suas fobias, da obsessão que nutre por disciplina e controle<sup>14</sup>, ou mais recentemente da depressão, por ocasião do lançamento de *Melancholia* (2011). De forma consciente ou não, parece haver, portanto, um engajamento efetivo do diretor em fomentar este tipo de interpretação – o que, no final das contas, contribui para consolidar a sua identidade como um cineasta-autor, no sentido mais romântico do termo: um criador que expressa por meio da arte suas inquietações existenciais e o seu gênio criativo.

“Eu tenho o prazer em afirmar que tudo dito ou escrito a meu respeito é uma mentira”, afirma ele em uma passagem do documentário *Tranceformer – A Portrait of Lars von Trier* (1997). A declaração – ambígua como boa parte das declarações do cineasta – pode até ajudar a lançar uma sombra de dúvida sobre a veracidade dos dados de sua inusitada biografia. Não importa. As histórias da infância do cineasta e principalmente o imbróglio envolvendo a revelação sobre o seu verdadeiro pai parecem funcionar aqui como uma espécie de “mito fundador”, capaz de explicar as origens da identidade de Lars von Trier como artista.<sup>15</sup> As narrativas de suas desventuras familiares concentram em si uma série de paradoxos em torno dos quais parece girar o próprio projeto criativo do artista, contrapondo artifício e autenticidade, verdade e mentira, limite e liberdade, ordem e caos. Assim, Lars von Trier contribui para construir a si próprio como autor, oferecendo sua vida e sua obra como um enigma estético a ser desvendado pelo público.

14 Von Trier tem medo de viajar de avião, o que fez com que todos os seus filmes passados nos Estados Unidos tenham sido filmados em estúdio. Em *Anticristo*, o tratamento a que o personagem do psicólogo tenta submeter sua mulher, para curá-la da depressão provocada pela morte do filho do casal emula as práticas da terapia cognitiva empregadas para a cura de fobias.

15 Curiosamente, em *Epidemic*, que foi realizado anos antes da morte da mãe de Von Trier, há uma sequência em que um personagem narra uma revelação feita pela mãe no leito de morte. O episódio remete a estratégias sentimentais típicas do melodrama, gênero muito presente nos filmes do diretor durante esta fase. Numa entrevista em que fala sobre o episódio, ele brinca: “aquele foi um momento muito ‘Dallas’” (TRIER apud LUMHOLDT, 2003, p. 138). Outro dado curioso é que o grande mestre de von Trier, Carl Dreyer, ficou sabendo que era um filho adotivo na vida adulta, após uma revelação materna.



## REFERÊNCIAS

- ANDERSEN, Lars. A Stone-Turner from Lyngby. In: LUNHOLDT, Jan (Org.). Lars von Trier: interviews. Mississippi: University Press of Mississippi, 2003. p. 88-99.
- ALLING, Thomas. Sightseeing with the Holy Ghost. In: LUMHOLDT, Jan (Org.). Lars von Trier: interviews. Mississippi: University Press of Mississippi, 2003. p. 24-31.
- AUMONT, Jacques. Dicionário teórico e crítico de cinema. Campinas-SP: Papirus, 2003.
- BAINBRIDGE, Caroline. The Cinema of Lars von Trier: Authenticity and Artifice. London: Wallflower Press, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário. São Paulo: Cia das Letras, 1996.
- \_\_\_\_\_. Campo intelectual y proyecto creador. Tradução de Alberto de Ezcurdia. In: \_\_\_\_\_. Campo de poder, campo intelectual: itinerario de un concepto. Buenos Aires: Montessor, 2002. p. 9-50. Björkman, Stig. Trier on von Trier. Stockholm, 1999.
- FURUITI, Edna. A imagem fundamental e o traumático: possibilidades de sentidos em Festa de Família, e na Trilogia Coração de Ouro, de Lars von Trier. 125 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes/Universidade de São Paulo, 2003.
- GOLDSTEIN, Ilana. Hierarquias da cultura. Revista Cult: Dossiê Pierre Bourdieu. Ano 11, n. 128, p. 59, 2010.
- HESMONDHALGH, David. Bourdieu, the media and cultural production. Media Culture Society. SAGE Publications. London, Thousand Oaks and New Delhi, vol. 28, n. 2, p. 211-231. Disponível em: <<http://mcs.sagepub.com/cgi/content/abstract/28/2/211>>. Acesso em: 22 fev. 2007.
- HJORT, M.; MacKenzie, S. Purity and Provocation: Dogme 95. London: The British Film Institute Publications, 2003.
- KNUDSEN, Peter. The man who would give up control. In: LUNHOLDT, Jan (Org.). Lars von Trier: interviews. Mississippi: University Press of Mississippi, 2003. p. 117-124.

MICHELSEN, Ole. Passion is the lifeblood of cinema. In: LUNHOLDT, Jan (Org.). *Lars von Trier: interviews*. Mississippi: University Press of Mississippi, 2003. p. 5-12.

OLIVEIRA, Fábio Crispim de. *Espaços excludentes, corpos excluídos: a narrativa cinematográfica de Lars Von Trier*. 2008. 144 f. Dissertação (Mestrado em Literatura)-Universidade de Brasília: Brasília, 2008.

ROMAN, Shari. *Lars von Trier: the man who would be Dogme*. In: LUNHOLDT, Jan (Org.). *Lars von Trier: interviews*. Mississippi-EUA: University Press of Mississippi, 2003. p. 133-143.

ROSE, Toby. *Lars von Trier, director*. In: LUNHOLDT, Jan (Org.). *Lars von Trier: interviews*. Mississippi-EUA: University Press of Mississippi, 2003. p. 86-87.

SARRIS, Andrew. Notes on the auteur theory in 1962. In: BRADY, Leo; MARSHALL, Cohen. *Film Theory and Criticism: introductory readings*. New York: Oxford Universit Press, 2004. p. 561-564.

\_\_\_\_\_. *The Auteur Theory Revisited*. In: WEXMAN, Virginia W. *Film and Authorship*. New Brunswick, New Jersey and London: Rutgers University Press, 2003. p. 21-29.

SCHWANDER, Lars. We need more intoxicants in Danish cinema. In: LUNHOLDT, Jan (Org.). *Lars von Trier: interviews*. Mississippi-EUA: University Press of Mississippi, 2003. p. 13-23.

SIMONS, Jan. *Playing the Waves: Lars von Trier's Game Cinema*. Amsterdam: Amsterdam University Press-Film Culture in Transition, 2007.

SOCHA, Eduardo. Pequeno dicionário da teoria de Bourdieu. *Revista Cult: Dossiê Pierre Bourdieu*, ano 11, n 128, p. 46, 2010.

STEVENSON, Jack. *World directors: Lars Von Trier*. London: British Film Institute, 2002.

\_\_\_\_\_. *Dogme Uncut: Lars von Trier, Thomas Vinterberg, and the Gang That Took on Hollywood*. Santa Monica: Santa Monica P, 2003.

TAPPER, Michael. A romance in decomposition. In: LUNHOLDT, Jan (Org.). *Lars von Trier: interviews*. Mississippi-EUA: University Press of Mississippi, 2003. p. 71-80.



# ESPAÇOS DE POSSÍVEIS E POSIÇÕES CONQUISTADAS: *UM PASSEIO PELAS TRAJETÓRIAS SOCIAIS DE DIRETORES DE FOTOGRAFIA BRASILEIROS*

*Danilo Scaldaferrri*

203

## INTRODUÇÃO

No curso das nossas pesquisas acerca das ficções seriadas exibidas pela TV brasileira – na última década, com especial atenção às produzidas pela O2 Filmes<sup>1</sup> – fez-se notável e instigante a presença de um específico modo de filmar cujas características principais podem ser percebidas em peças diversas, veiculadas e produzidas ao longo deste novo milênio, e sob a assinatura de diferentes diretores de fotografia.

Em outras palavras, com as quais se tenta ser mais claro, este artigo é resultado da crença na existência de uma particular poética da direção de fotografia que cristaliza nas telas um conjunto de marcas, cuja regularidade de aparição em diversas peças de ficção televisiva e/ou cinematográfica permitiria tratar tal recorrência como um fenômeno relevante do audiovisual brasileiro produzido desde a virada do milênio.

---

1 A O2 Filmes é uma das maiores produtoras do Brasil. No mercado desde 1991, a O2 trabalha com as principais agências brasileiras e presta serviços de produção para o mercado internacional. Já entregou mais de 8.300 peças publicitárias. Para o cinema, produziu nove curtas e nove longas-metragens, entre eles o premiado *Cidade de Deus* (2002) – citado recentemente pelo site IMDB como um dos cinco melhores filmes da década, além de séries para a Globo e HBO, dezenas de vídeo clipes, documentários e produções internacionais. Os sócios da O2 Filmes são os diretores Fernando Meirelles e Paulo Morelli e a produtora Andrea Barata Ribeiro. (Informações retiradas do site oficial da O2)

Assim sendo, o ponto de partida deste trabalho, tanto quanto o “alvo” que se quer alcançar, é um certo modo de operar câmera e luzes, posto em prática por diretores de fotografia diversos, que faz notar no quadro das ficções nacionais – delimitado pelas lentes dos fotógrafos – uma série de padrões e regularidades.

O caminho aqui adotado para tal investigação impôs-se. Dada a dificuldade de seguir adiante, no sentido de uma “análise interna” dedicada exclusivamente ao material circunscrito aos limites das telas – sem que antes fosse devidamente arejado o terreno sobre o qual se ergueu o fenômeno em questão – este artigo lança o olhar sobre o campo da produção audiovisual brasileira, mais especificamente sobre jogos de força e poder e as posições ocupadas pelos diretores de fotografia na complexa engrenagem da realização televisiva e/ou cinematográfica.

204

É apenas quando se caracterizaram as diferentes posições que se pode voltar aos agentes singulares e às diferentes propriedades pessoais que os predis põem mais ou menos a ocupá-las e a realizar as potencialidades que aí se acham inscritas. (BOURDIEU, 1996, p. 105)

Apostando na pertinência dessa premissa sintetizada acima, este estudo faz um percurso de “dentro para fora”, parte do “texto” para o “contexto”, guiado predominantemente pelo “método” desenvolvido por Pierre Bourdieu (1996, p. 220) em *As regras da arte*.

As tomadas de posição sobre a arte, assim como as posições nas quais elas se engendram, organizam-se por pares de oposições, frequentemente herdadas de um passado de polêmica, e concebidas como antinomias insuperáveis, alternativas absolutas, em termos de tudo ou nada, que estruturam o pensamento, mas também o aprisionam em uma série de falsos dilemas. Uma primeira divisão é a que opõe as leituras internas, ou seja, formais ou formalistas, e as leituras externas, que fazem apelo a princípios explicativos e interpretativos exteriores à própria obra, como as fatores econômicos e sociais.

Este caminho, através do qual se tenta uma reconciliação entre leituras internas e externas, apresentou-se à revelia das intenções iniciais da pesquisa em curso. Assim o foi, pois o desejo primeiro era que se conseguisse chegar

à obra sem deter-se ou perder-se pelos labirintos do campo. “A noção de campo permite superar a oposição entre leitura interna e análise externa sem perder nada das aquisições e das exigências dessas duas abordagens, tradicionalmente percebidas como inconciliáveis”. (BOURDIEU, 1996, p. 234) Este percurso analítico, já experimentado em trabalhos anteriores do Grupo de Pesquisa ATEVÊ, coordenado pela professora doutora Maria Carmem Jacob de Souza, mostrou-se, no decorrer das nossas pesquisas, bastante adequado ao desejo de compreender melhor as particularidades e regularidades visíveis na direção de fotografia de específicos produtos audiovisuais na primeira década deste século.

Seria possível, a partir de Bourdieu, construir a hipótese de que quanto mais conhece o campo de disputas e definições próprio das práticas observadas, maiores condições o pesquisador terá para estabelecer as relações entre as escolhas narrativas e textuais operadas pelos realizadores. [...] Isto significa que examinar as trajetórias dos realizadores permitiria localizar o efetivo papel que eles têm cumprido nas interfaces entre as demandas da emissora, a satisfação necessária dos telespectadores, o reconhecimento enquanto realizador, e as escolhas estéticas, narrativas e técnico-operativas que efetuaram no âmbito da elaboração da obra e que configuraram cada produto com uma marca estilística peculiar. (SOUZA, 2003, p. 4)

## A TRAJETÓRIA DO “FENÔMENO”

Nos últimos dias do ano 2000, apareceram pela primeira vez na televisão brasileira os personagens Acerola (Douglas Silva)<sup>2</sup> e Laranjinha (Darlan Cunha).<sup>3</sup> Dois garotos de 13 anos atravessando os dramas da

2 Douglas Silva (Acerola) nasceu em 1988, na Penha, Rio de Janeiro. Começou a fazer teatro aos 10 anos na escola Professor Souza Carneiro. Em 2000, uma professora o indicou para participar das oficinas que formaram o elenco de *Cidade de Deus*. Saiu delas com dois papéis: o perverso Dadinho, que viraria o bandido Zé Pequeno em *Cidade de Deus* (2002), e Acerola, do especial *Palace II* e da série *Cidade dos Homens*. Sua atuação na série rendeu-lhe uma indicação para a premiação regional do Emmy 2005, grande prêmio da TV americana, na categoria melhor ator de série dramática. Integra o elenco da Rede Globo.

3 Darlan Cunha (Laranjinha) nasceu em 1988, no morro da Mangueira, Rio de Janeiro. Com 9 anos, entrou para as oficinas de interpretação da ONG Palco Teatral, criada pelos atores/diretores Ernesto Piccolo e Rogério Blat para treinar atores gratuitamente. Recrutado para os testes que escolheriam o elenco de *Cidade de Deus*, em 2000, foi Laranjinha no especial de fim de ano da Globo *Palace II*, de Fernando Meirelles e Kátia Lund, e ganhou o papel de Filé com Fritas, bandido mirim que protagonizava uma das cenas mais dramáticas de

sobrevivência em uma favela carioca, saídos das páginas do livro *Cidade de Deus*, de Paulo Lins. Na época, estava no ar, na Rede Globo, o seriado especial *Brava Gente*: diariamente, duas ou três histórias, adaptadas de textos literários, eram exibidas depois da novela das oito, cada uma delas, dirigida, roteirizada e filmada por equipes diferentes. *Palace II*, a história que revelou os dois personagens para o telespectador brasileiro, “tomou de assalto” a tela da Globo no dia 28 de dezembro. O curta, o único do projeto filmado em película, apresentava propostas estética, narrativa e até ideológica inovadoras. O *Palace II* foi produzido pela O2 Filmes e dirigido por Fernando Meirelles e Kátia Lund. O curta-metragem foi uma espécie de ensaio para a produção do longa *Cidade de Deus*.

No *Palace II*, detendo atenção apenas aos procedimentos referentes à direção de fotografia, o telespectador brasileiro pode assistir a um modo de filmar muito diferente daquele ao qual estava acostumado a ver na TV aberta do país. A câmera, predominantemente na mão, perseguia os personagens e a história, inquieta, fazia-se notar, como um narrador ativo. O tratamento das cores e texturas desviava do padrão dominante na época. O efeito de real era atingido através de estratégias plásticas muito comuns a uma certa estética do videoclipe e da publicidade. Essa caracterização resumida da fotografia do programa serve aqui apenas para indicar que o *Palace II* pode ser considerado o marco zero da análise que se pretende desenvolver neste artigo.

O sucesso do *Palace II* na televisão e o de *Cidade de Deus* no cinema<sup>4</sup> abriram caminho para que Acerola e Laranjinha protagonizassem a série *Cidade dos Homens*. Fernando Meirelles<sup>5</sup> conta que:

---

*Cidade de Deus* (2002). Fez as quatro temporadas da série *Cidade dos Homens* e o papel principal de *Meu Tio Matou um Cara* (2004), de Jorge Furtado. Integra o elenco da Rede Globo.

4 Em meio a muitas polêmicas e questionamentos éticos, estéticos e ideológicos, o filme de Fernando Meirelles representou um marco do cinema brasileiro. Mais que isso, CDD ultrapassou as fronteiras nacionais. Foi sucesso de público no Brasil, 3,3 milhões de espectadores, e de bilheteria no mundo, 27 milhões de dólares de arrecadação. Além disso, foi indicado ao Oscar em quatro categorias, todas muito importantes: direção, montagem, fotografia e roteiro adaptado.

5 Todos os depoimentos dos realizadores citados neste texto foram retirados do material extra dos DVDs da série *Cidade dos Homens*. Eles aparecem neste projeto não como falas reveladoras das verdades sobre o programa, mas, principalmente, enquanto pistas que podem contribuir para uma investigação mais aprofundada das questões poéticas e estéticas provocadas pela série.

*O Guel (Arraes) me convidou para fazer o Brava Gente, aí a gente fez o Palace II. Na segunda-feira seguinte me ligaram da Globo: 'olha, foi um sucesso de audiência, a gente quer mais 12 episódios com esses dois garotos'. O Guel falou: 'se tiver uma média de 21 pontos, está bem, menos que isso, vai ser problema, os caras vão reclamar'. No primeiro ano deu uma média de 29, 30 pontos. Aí a Globo falou: vamos fazer essa série durar.*

A audiência de *Cidade dos Homens* surpreendeu à emissora e os produtores. Ao todo foram quatro temporadas, 19 episódios, nos quais os dois carismáticos personagens viveram tanto dramas próprios e quase universais da adolescência, quanto aqueles intimamente relacionados aos problemas específicos das favelas do Rio de Janeiro.

Em setembro de 2007, dois anos após a exibição da última temporada da série, foi lançado, nas principais salas de cinema do Brasil, *Cidade dos Homens, o filme*. O longa segue a trilha estética e poética aberta por *Palace II* e nos apresenta Laranjinha e Acerola vivendo os dramas da passagem da adolescência para a vida adulta.

A história do filme *Cidade dos Homens* é costurada através de cenas dos episódios da TV, o diálogo entre a série e o filme reconstrói o percurso dos dois personagens. Revive-se, no cinema, mas através do material produzido para a TV, os conflitos que transformaram aquelas duas crianças em adultos. *Cidade dos Homens*, o filme, fecha um ciclo. O percurso *Palace II-Cidade de Deus-Cidade dos Homens* – a série e o filme – promove um cruzamento entre cinema e TV. Fenômeno, cada vez mais notável, que apresenta implicações tanto sob o ponto de vista mais prático da produção – por exemplo, o trânsito de profissionais que lidam sem conflitos tanto com cinema, TV e publicidade – quanto sob aspectos mais relacionados às fronteiras estéticas e/ou de linguagem, cada vez mais fluidas, que costumavam apartar os meios.

Sob o ponto de vista de uma investigação que almeja enxergar o contexto para melhor compreender as tomadas de posição e o espaço de possíveis que viabilizaram tal projeto, interessa notar que os programas, tanto o *Palace II* quanto a série *Cidade dos Homens*, inauguraram um mecanismo de produção em parceria entre a TV Globo e uma produtora independente, mecanismo até então pouco presente na programação da TV aberta brasileira. Sobre os agentes em jogo: a Rede Globo, líder



absoluta de audiência, notadamente submetida a ingerências do campo econômico e uma produtora de destaque no cenário audiovisual do país, a O2 Filmes, realizadora consagrada, entre outras instâncias, por sua atuação no mercado publicitário.

A análise das quatro temporadas da série faz ver que algumas das mais fortes marcas de identidade do programa localizam-se no âmbito da operação da câmera e luzes. Percepção reforçada, inclusive, por depoimento dos realizadores. Sobre o modo como a série defende a sua identificação, revelam Cao Hambúrguer e Fernando Meirelles,<sup>6</sup> profissionais envolvidos no projeto: “*cada diretor, cada profissional que trabalha na série acrescenta coisas pessoais, toques pessoais, mas a cara da série tem que ser mantida*” (Hambúrguer). “*Como é uma luz meio documental, uma luz natural, sempre acaba tendo o mesmo jeito. Ainda mais que é o mesmo fotógrafo, o Adriano Goldman*”. (Meirelles)

208

A constatação de que na série, as marcas identitárias são mantidas e reforçadas, principalmente, através de operações “técnicas”, ganha relevo pelo menos por dois motivos principais. Primeiro, pois desloca para outro campo da produção audiovisual funções em geral atribuídas aos autores – mais comumente localizados na cadeira do diretor ou na escrivaninha do roteirista. Depois, e principalmente, porque, diferente das estratégias predominantes nas ficções televisivas, mais ainda quanto se trata daquelas destinadas ao grande público, a “câmera” de *Cidade dos Homens* é deliberadamente visível, renega a transparência.

Tomando emprestada uma expressão mais comum ao teatro, a direção de fotografia da série expõe a “quarta parede”. Ao contrário de tentar esconder-se, mecanismo mais comum às narrativas audiovisuais, a fotografia em *Cidade dos Homens* explicita-se.

Sobre a operação de câmera na série diz o fotógrafo principal do programa Adriano Goldman:

Eu tento fazer com que a câmera seja o narrador principal da história. É uma câmera muita ativa, não é uma câmera passiva, muitas

<sup>6</sup> Todos os depoimentos dos realizadores citados neste texto foram retirados do material extra dos DVDs da série *Cidade dos Homens*. Eles aparecem neste projeto não como falas reveladoras das verdades sobre o programa, mas, principalmente, enquanto pistas que podem contribuir para uma investigação mais aprofundada das questões poéticas e estéticas provocadas pela série.

vezes no cinema a câmera é passiva, ela não está presente, ela não é um narrador, não se coloca na cena, ela simplesmente assiste a cena, a gente não, a gente se movimenta e vai e avança em direção ao ator, conta, mostra uma coisa para o espectador que na verdade só a câmera poderia estar vendo... a minha preocupação talvez principal é filmar rápido e como contar aquela cena da melhor maneira com um número pequeno de planos.

*Cidade dos Homens* impôs-se sob uma forma diferenciada. Desde *Palace II* – curta metragem no qual pela primeira vez o telespectador brasileiro viu em ação Laranjinha e Acerola e que serviu de “experiência” para a confecção de *Cidade de Deus* – o modo de contar saltava aos olhos, a história parecia a serviço de um desejo de experimentar um diferente modo de narrar. A câmera operada sempre na mão “elabora” enquadramentos que aliam um aparente desequilíbrio com notável rigor formal, a sensação de “desleixo” dos quadros convive com composições “sofisticadas”. É facilmente notável também um recorrente uso expressivo da profundidade de campo curta, explorando as correções de foco no interior de um mesmo plano, além de grafismos e molduras diegéticas. Sobre aspectos da iluminação, pode-se perceber como padrão muito contraste entre as zonas mais claras e as mais escuras.

Não por acaso, entre os muitos prêmios recebidos por *Cidade de Deus* está a indicação ao Oscar de melhor fotografia. A estética<sup>7</sup> *Cidade de Deus* – e aqui para esta proposta de análise interessa especificamente a fotografia – foi “aplicada” em *Cidade dos Homens*. A série e o filme seguem o mesmo modelo plástico, embora a serviço de abordagens bastante distintas.

Ainda que a análise deste artigo esteja circunscrita ao audiovisual brasileiro, para reforçar e ampliar a presença do fenômeno, vale notar a percepção de ecos desse particular procedimento de filmagem em diversos filmes lançados neste século. Por exemplo, O diretor Tony Scott, para fotografar *Chamas da Vingança* (2004), convidou Cesar Charlone, diretor de Fotografia de *Cidade de Deus*, para fazer a câmera do filme. Charlone conta em entrevistas da época que Scott ficava no set com um DVD de *Cidade de Deus* pedindo para o filme dele a mesma textura e

7 A palavra estética é usada neste texto relacionada aos aspectos plásticos da obra estudada e aos seus programas de efeitos sensoriais.

cor do longa de Fernando Meirelles. Spike Lee foi outro que convidou o fotógrafo do filme brasileiro para deixar sua assinatura visual em *Código das Ruas* (2004). Em 2005, o vencedor do Oscar de filme estrangeiro *Totsi* foi considerado o *Cidade de Deus* da África do Sul. Em 2009, o vencedor de 8 Oscars, entre eles os de melhor filme, melhor fotografia, *Quem quer ser um milionário?* também foi bastante comparado a *Cidade de Deus*. O diretor Danny Boyle esforçou-se bastante em entrevistas da época para negar ser herdeiro do longa brasileiro, tamanha a semelhança plástica e de ritmo entre algumas sequências dos dois filmes.

No Brasil, os polêmicos *Tropa de Elite 1 e 2* também carregam os genes da subida ao morro da O2 Filmes. Mais do que um parentesco visível na tela, *Tropa* tem ainda, na direção de fotografia, Lula Carvalho, primeiro assistente de câmera de *Cidade dos Homens*. Não são poucos os filmes que, de 2000 para cá, podem ser vistos como parte desse “projeto estético” que “nasceu”, para o Brasil, com *Laranjinha e Acerola*, em *Palace II*, alçou muito bem sucedidos vôos internacionais com *Cidade de Deus* e sobrevoou tranquilo pela TV brasileira, em céu de brigadeiro, durante as quatro temporadas de *Cidade dos Homens*.

Em 2006, foi ao ar pela HBO, a primeira temporada da série *Filhos do Carnaval*,<sup>8</sup> uma coprodução O2 Filmes/HBO Olé Originals. No programa, dirigido por Cao Hamburger, o espectador mais atento pode notar a presença do “estilo” de filmagem maturado pelo “percurso” *Palace II-Cidade de Deus-Cidade dos Homens*. Em poucas palavras e reforçando o já escrito quando da descrição do trabalho dos diretores de fotografia em *Cidade dos Homens*: câmera na mão (que persegue a trama), uma aparente espontaneidade contrastando com um rigor nos enquadramentos e elaborado trabalho de exploração da profundidade de

8 *Filhos do Carnaval* conta a história de Anésio Gerará – dono de Escola de Samba e banqueiro de uma loteria ilegal chamada “Jogo do Bicho” – e de seus quatro filhos: Anizio, branco, 43 anos, que segue o rumo do pai; Claudinho, empresário, também branco, de 33 anos; Brown, mestre de bateria, mulato, 33 anos e Nilo segurança do “pai”, negro, 33 anos. A série começa no dia de aniversário do Capo. Ao completar 75 anos, Anésio Gerbara recebe o pior golpe de sua vida: Anesinho, seu filho querido se mata com uma bala no coração. A partir dessa morte, *Filhos Do Carnaval* conta o caminho dos 3 filhos que sobraram para ocupar a vaga do filho predileto, os encontros e desencontros desses 3 filhos “bastardos” até que cada um encontre seu lugar no mundo. Saga que só termina nos últimos segundos do espetacular Desfile de Carnaval do Rio Janeiro. Criada por Cao Hamburger e Elena Soares. (Fonte: site oficial da O2 Filmes: [www.o2filmes.com](http://www.o2filmes.com))

campo, além de um tratamento de cores e texturas bem peculiar. Logo nos créditos de abertura dos episódios, lê-se o nome de Adriano Goldman na direção de fotografia. Na segunda temporada, lançada em 2009, mantêm-se as mesmas marcas na direção de fotografia, embora sob o comando de outro fotógrafo, Adrian Teijido.

Sendo este um trabalho que pretende frequentar com naturalidade os lados de “dentro” e de “fora” do fenômeno sob análise; desta trajetória descrita, interessam principalmente a possibilidade de compartilhar com o leitor a natureza da direção de fotografia (operação de câmera e procedimentos de iluminação) em questão e, principalmente, chamar a atenção para alguns profissionais envolvidos e certas propriedades específicas desse “projeto estético” fundamentado em procedimentos fotográficos. Para a etapa de estudo que virá, vale guardar os nomes de Cesar Charlonne, fotógrafo de *Cidade de Deus*, indicado ao Oscar; Adriano Goldman, fotógrafo principal de *Cidade dos Homens* e da primeira temporada de *Filhos do Carnaval* e Adrian Teijido, fotógrafo da segunda temporada de *Filhos do Carnaval*. Importante ainda é notar que os produtos investigados promovem um íntimo diálogo – tanto sob aspectos produtivos/operacionais quanto do ponto de vista plástico/estético – entre televisão, cinema e publicidade.

### TRILHANDO O CAMINHO DOS FOTÓGRAFOS

A percepção de que, ao longo da última década, na produção audiovisual brasileira, é possível identificar a repetição e regularidade de determinada poética da filmagem (que cristaliza nas telas um estilo e alguns efeitos a ele vinculados) encaminhou este estudo em direção aos “problemas” da autoria. Ao mesmo tempo em que se afirma aqui neste texto que há um modo de operar câmera e luzes passível de reconhecimento (por parte da audiência e críticos) e reproduzível (por fotógrafos diversos), marcas pessoais também são notáveis apesar da constância de específicos procedimentos. Tal dilema, situado entre arte e técnica, reprodutibilidade e autenticidade, subordinação e autonomia, conduziu esta investigação ao exame de algumas trajetórias de destacados diretores de fotografia

brasileiros. O conceito de trajetória aqui é compreendido e usado tal como o apresenta Bourdieu (1996, p. 292) em *As Regras da Arte*.

*A trajetória social define-se como a série das posições sucessivamente ocupadas por um mesmo agente ou por um mesmo grupo de agentes em espaços sucessivos. [...] É com relação aos estados correspondentes da estrutura do campo que se determinam em cada momento o sentido e o valor social dos acontecimentos biográficos, entendidos como colocações e deslocamentos nesse espaço ou, mais precisamente, nos estados sucessivos da estrutura da distribuição das diferentes espécies de capital que estão em jogo no campo, capital econômico e capital simbólico como capital específico de consagração.*

212 |

Assume-se como premissa deste estudo a existência de um campo da produção audiovisual brasileira, no interior do qual, diretores de fotografia são agentes em constante movimento de deslocamento e tomadas de posição, disputando capitais em jogo e que respeita às suas regras próprias. “O espaço das obras apresenta-se a cada momento como um campo de tomadas de posição que só podem ser compreendidas relacionalmente”. (BORDIEU, 2006, p. 234) O foco deste estudo, ajustado para o percurso de alguns dos principais diretores de fotografia brasileiros, pretende enxergar melhor as relações entre estes profissionais, as posições ocupadas por eles no campo e, principalmente, o quanto dessas trajetórias transforma-se em modos de operação notáveis nas imagens dos seus trabalhos.

O conhecimento destas relações permitiria, em princípio, refletir sobre as implicações de determinado conjunto de escolhas estéticas, narrativas, poéticas presentes na obra e certos pontos de vista assumidos pela instância de realização a respeito da obra e acerca da concepção sobre função, responsabilidade e autonomia do autor no campo, pontos de vistas assumidos no jogo de disputas e lutas de reconhecimento travadas com outros agentes da instância de realização. (SOUZA, 2003, p. 6)

A metodologia de análise proposta por Bourdieu, além de instigante – pelo que permite revelar e levar a compreender – pode também vir a parecer infundável, inesgotável. Pois quanto mais se adentra os campos, mais difícil pode ser sair deles, voltar para o objeto motivador de entrada, ao ponto de partida, principalmente pela riqueza analítica a qual se tem

a possibilidade de acessar através de tal via. Para tentar escapar dessa potencial armadilha, é importante recortar o universo de interesse, desenhar um mapa que permita o caminho de volta. No caso deste artigo, o foco está ajustado para a trajetória social dos diretores de fotografia brasileiros com destacada atuação neste milênio, período no qual o fenômeno que se investiga nasceu e atingiu maturidade.

A instância de consagração eleita para indicar quais fotógrafos ocuparam na última década posição de destaque no campo de produção audiovisual do país foi a premiação distribuída pela Associação Brasileira de Cinematografia (ABC) de 2001 a 2010. A entidade, fundada em 2 de janeiro de 2000, reúne profissionais de cinema, especialmente diretores de fotografia. Com mais de 300 associados, a ABC mantém várias listas *on-line* e envia um Boletim Eletrônico para cerca de 2.000 assinantes. Desde 2001, a Semana ABC de Cinematografia promove o encontro de profissionais de diversas áreas da produção audiovisual, do Brasil e do exterior, em conferências, painéis e debates. O grande momento do evento é a entrega do Prêmio ABC de Cinematografia, outorgado pelos associados em várias categorias (Melhor Direção de Fotografia, Melhor Direção de Arte, Melhor Montagem e Melhor Som).

O prêmio da ABC foi escolhido, pois é conferido aos diretores de fotografia pelos seus pares, o que indica um olhar e avaliação balizado por questões internas e específicas do trabalho dos profissionais em jogo. Como salienta Bourdieu (1996, p. 247),

*O princípio de hierarquização interna, isto é, o grau de consagração específica, favorece os artistas (etc.) conhecidos e reconhecidos por seus pares e unicamente por eles e que devem seu prestígio ao fato de que não concedem nada à demanda do grande público.*

Além disso, a ABC confere prêmios não somente aos diretores de fotografia de filmes, mas também aos profissionais que trabalham em publicidade, videoclipe e televisão, particularidade relevante e reveladora no âmbito deste estudo, já que os produtos e profissionais sob nossa análise ultrapassam fronteiras entre meios, formatos e gêneros.

Sabendo dos riscos que advém da escolha de uma única instância de consagração como referência para este trabalho, vale ressaltar que o

prêmio certamente não é sintoma infalível do capital acumulado de todos os diretores de fotografia brasileiros. Como qualquer outra premiação, está sujeita às suas ingerências e regras próprias. No entanto, por serem mais de 300 votantes, todos profissionais do audiovisual, crê-se na serventia da instância como norteadora da análise deste artigo. É relevante esclarecer que concorrem ao prêmio apenas produções nacionais, fato que exclui da disputa aqueles profissionais que em algum momento da década em questão trabalharam predominantemente fora do Brasil.

A partir da lista de premiados pela ABC, levando em conta basicamente o critério quantitativo, ou seja, quem acumulou mais troféus ao longo da década, esta pesquisa chegou a oito nomes: Cesar Charlone (52 anos), Afonso Beato (69), Walter Carvalho (63), Ricardo Della Rosa (45), José Tadeu Ribeiro (57), Adrian Teijido (47), Adriano Goldman (44), Mauro Pinheiro Jr. (39).

214 |

As idades entre parênteses são informações muito importantes quando se pensa e estuda o campo da produção audiovisual no país por motivos diversos, no entanto, um deles ganha destaque, pois está especificamente relacionado a um dado histórico e determinante do caso brasileiro. A trajetória cinematográfica do Brasil sofreu uma radical interrupção no período em que o país estava sob o comando do presidente Collor de Mello. Desde meados dos anos 1980, a produção de filmes brasileiros diminuía consideravelmente. Na década de 90, a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), o Conselho Nacional de Cinema (Concine), a Fundação do Cinema Brasileiro, o Ministério da Cultura, as leis de incentivo à produção, a regulamentação do mercado e até mesmo os órgãos encarregados de produzir estatísticas sobre o cinema no Brasil foram extintos. Praticamente não se fez cinema no país até o ano de 1994, quando se pôs em curso um movimento chamado pelos críticos e estudiosos de *Retomada*, cuja consolidação costuma estar relacionada ao lançamento, em 1998, do filme *Central do Brasil*, dirigido por Walter Salles e fotografado por Walter Carvalho.

*Central do Brasil* acumulou prêmios mundo afora, entre os principais: Urso de Ouro em Berlim, Globo de Ouro nos Estados Unidos e indicação ao Oscar na categoria melhor filme estrangeiro. A mesma

dupla de “autores” (Walter Salles e Walter Carvalho) já havia, dois anos antes, colhido louros nacionais e internacionais, com *Terra Estrangeira*.

Este “gap” imposto ao cinema brasileiro estabelece uma diferença de mais ou menos 15 anos entre duas gerações de diretores de fotografia do país ainda em destacada atividade. Há os que iniciaram e consolidaram carreira antes da crise (entre os oito laureados pela ABC e destacados para este estudo: Afonso Beato, 69, Walter Carvalho, 63, José Tadeu Ribeiro, 57, e Cesar Charlone, 52) e os recém chegados cuja produção mais significativa se inicia no final dos anos 1990 e afirma-se neste século (Adrian Teijido, 47, Ricardo Della Rosa, 45, Adriano Goldman, 44, Mauro Pinheiro Jr., 39).

No time da “velha guarda”, Afonso Beato foi o que primeiro se estabeleceu como fotógrafo de sucesso, iniciou carreira na década de 60, sendo o responsável pela fotografia do *Dragão da Maldade contra o Santo Guerreiro*, em 1969, de Glauber Rocha. Trabalhou também com Julio Bressane, Cacá Diegues, Pedro Almodóvar (em três filmes), Ruy Guerra, entre outros. A parceria constante com diretores consagrados é um traço marcante de praticamente todos os oito fotógrafos estudados.

Beato estudou na Escola Superior de Belas Artes, dado que aponta para uma característica comum aos profissionais da geração mais antiga: um aprendizado informal da prática fotográfica. Walter Carvalho, por exemplo, estudou desenho industrial. Pode-se pensar que essa geração de fotógrafos está muito ligada à ideia de um fazer artístico: um ofício nobre. Eles vinculam-se às obras no papel de criadores mais do que técnicos.

O campo artístico caracteriza-se, à diferença notadamente do campo universitário, por um baixíssimo grau de codificação, e, ao mesmo tempo, pela extrema permeabilidade de suas fronteiras e a extrema diversidade da definição dos *postos* que oferecem e dos princípios de legitimidade que ai se defrontam. (BOURDIEU, 1996, p. 256)

A trajetória de Beato, no Brasil, experimentou momentos de maior sucesso entre as décadas de 60 e 70, quando esteve ao lado de diretores cujo “valor” relacionava-se mais ao reconhecimento dos críticos e pares do que à aprovação do grande público (Glauber Rocha, Ruy Guerra, Julio Bressane, Fernando Coni Campos). Nas décadas a seguir, ele “aliou-se” a



projetos e autores nacionais de maior apelo popular (Cacá Diegues, em fase menos elogiada – *Orfeu*, 1999 e *Deus é Brasileiro*, 2003 – e Bruno Barreto, por exemplo) que podem ser considerados ocupantes, através de uma aproximação com os conceitos de Bourdieu, de níveis mais baixos na hierarquia interna do campo. Talvez não por acaso, os prêmios concedidos a Beato pela ABC, durante a década estudada, foram direção de fotografia de videoclipe, em 2001 (Pérola Negra, de Daniela Mercury) e publicidade, no mesmo ano. Em 2009, Beato trabalhou como consultor de fotografia da novela da rede Globo, *Viver a vida*. O caminho percorrido por Afonso Beato é o que mais escapa ao alcance desta análise, pois em boa parte deste século ele esteve envolvido em projetos internacionais, alguns que atingiram, inclusive, destaque no âmbito do cinema mundial. Razão que pode justificar um certo afastamento de projetos de destaque na produção brasileira.

216

A trajetória social de Walter Carvalho, contemporâneo de Afonso Beato (63 e 69 anos, respectivamente), segue caminho inverso ao do colega quando se pensa nas instâncias de hierarquização interna, principalmente quando levado em consideração percurso trilhado na cinematografia nacional. Carvalho iniciou carreira levado pelo irmão, Vladimir, nos anos 1970, depois de Beato já ter atingido maturidade profissional trabalhando com Glauber Rocha. Foi assistente de fotógrafos tarimbados, de uma geração anterior à sua (Dib Lutfi, nome marcante no Cinema Novo e Fernando Duarte, por exemplo) e só começou a “marcar sua época” como diretor de fotografia, em 1979, quando filmou com Glauber Rocha, *Jorje Amado no Cinema*. Em 1987, iniciou com Walter Salles uma de suas parcerias mais constantes (*Krajcberg–O Poeta dos Vestígios*, documentário). Para Salles, Carvalho filmou, em 1995, outro documentário, *Socorro Nobre*, em 1996, o primeiro longa dos dois, *Terra Estrangeira*, em 1998, *Central do Brasil*, e em 2001, *Abril Despedaçado*.

Na década de 90, trabalhou com Luiz Fernando Carvalho em duas novelas da Rede Globo, *Renascer* e *Rei do Gado*. A entrada na televisão de Walter Carvalho se dá “pelas mãos” de um diretor que ocupa posição de destaque no campo. Com Luiz Fernando Carvalho, Walter Carvalho foi da TV para o cinema e fotografou *Lavoura Arcaica*, 2001, trabalho que lhe rendeu o prêmio da ABC de melhor direção de fotografia de

longa-metragem. Carvalho ultrapassou fronteiras geracionais, construindo parcerias que o mantiveram sempre associado a projetos e criadores posicionados em lugar de consagração “artística”.

*As diferenças segundo o grau de consagração separam de fato gerações artísticas, definidas pelo intervalo, com frequência muito curto, por vezes apenas alguns anos, entre estilos e estilos de vida que se opõem como o ‘novo’ e o ‘antigo’, o original e o ‘ultrapassado’, dicotomias decisórias, muitas vezes quase vazias, mas suficientes para classificar e fazer existir, pelo menor custo, grupos designados – mais do que definidos – por etiquetas destinadas a produzir as diferenças que pretendem enunciar. (BOURDIEU, 1996, p. 143)*

Carvalho soube deslocar-se em direção aos recém-chegados que despontavam. Aliou-se aos diretores de novas gerações, mantendo-se, assim, em posição de constante renovação, vencendo os rótulos de “novo” e “antigo”, original ou ultrapassado. Trabalhou com praticamente todos os diretores que se destacaram no período pós-retomada: Karim Ainouz (*Madame Satã*, 2001 e *O Céu de Suely*, 2006), João Falcão (*A Máquina*, 2005), Beto Brant (*Crime Delicado*, 2005), Cláudio Assis (*Amarelo Manga*, 2002 e *Baixio das Bestas*, 2007, *A Febre do Rato*, 2012), entre muitos outros, sempre deixando reconhecíveis marcas autorais por onde passava. O percurso de Carvalho consagrou-o ao ponto do fotógrafo sentar-se na cadeira do diretor em *Janela da Alma*, 2001, *Cazuza – o tempo não pára*, 2004 e *Budapeste*, 2009.

*Aqueles que conseguem manter-se nas posições mais aventureiras por tempo suficiente para obter os lucros simbólicos que elas podem assegurar têm também a vantagem de não ser obrigados a consagrar-se a tarefas secundárias para garantir sua subsistência.*

A carreira de José Tadeu Ribeiro é menos luminosa do que as dos dois anteriores. Ribeiro, diferente de Beato e Carvalho, “estabeleceu” desde o início como seu terreno de atuação, produções mais vinculadas à consagração popular e/ou econômica. Começou a trabalhar em longa-metragem na década de 80, muito atrelado a filmes cujos propósitos eram muito mais os lucros econômicos do que artísticos/estéticos. Para o diretor Fábio Barreto, fotografou *O Rei do Rio*, 1984 e *Luzia Homem*,

1987, com Bruno Barreto, filmou *O Romance da Empregada*, 1987, com Cacá Diegues, o infantil *O Menino Maluquinho*, 1995.

Entre muitos outros filmes, constam no currículo de Ribeiro, *Os Trapalhões no Rabo do Cometa*, 1986, *Os Trapalhões no Reino da Fantasia*, 1985, *Matou a Família e foi ao Cinema*, 1991, *Avassaladoras*, 2002, *Xuxa e as Noviças*, 2008, *Uma Noite no Castelo*, 2009. Outro desvio na trajetória de Ribeiro, quando comparada aos outros fotógrafos (premiados pela ABC) da sua geração é o fato de ele estar atrelado profissionalmente, por um longo período, a uma empresa comercial. José Tadeu Ribeiro é do quadro fixo da Rede Globo, onde assinou a direção de fotografia, por exemplo, das novelas *Duas Caras*, *Senhora do Destino*, *Cobras e Lagartos* e *Esperança*, cuja direção de Luiz Fernando Carvalho merece destaque, pois é justamente ao lado deste autor que Ribeiro conquista os dois prêmios que lhe foram outorgados pela ABC: melhor direção de programa de TV em 2002 (*Os Maias*) e em 2006 (*Hoje é Dia de Maria*). A TV, a princípio, é considerado lugar de menor valor artístico, os fotógrafos que servem ao meio quase não figuram entre os premiados da instância de consagração eleita para esta análise, no entanto, quando o projeto televisivo está ancorado em profissionais que acumulam um capital simbólico diferenciado, como é o caso de Luiz Fernando Carvalho, está “regra” geral pode ser subvertida. O casamento entre Carvalho e Ribeiro na televisão começa a desfazer-se em *A Pedra do Reino* (2007), cuja direção de fotografia foi dividida com Adrian Teijido, 47 (fotógrafo premiado da geração pós-retomada). Nos trabalhos seguintes de Carvalho na TV Globo, *Capitu* (2008) e *Afinal o que querem as Mulheres* (2010) não se vê mais nos créditos o nome de José Tadeu Ribeiro, em seu lugar, aparece, assinando a direção de fotografia, o recém-chegado, Adrian Teijido.

Todas as posições dependem, em sua própria existência e nas determinações que impõem aos seus ocupantes, de sua situação atual e potencial na estrutura do campo, ou seja, na estrutura da distribuição das espécies de capital cuja posse comanda a obtenção dos lucros específicos postos em jogo no campo. (BOURDIEU, 1996, p. 295)

Cesar Charlone é o fotógrafo mais jovem, 52, entre os quatro mais velhos destacados para esta investigação. A trajetória dele marca uma

transição de procedimentos entre os mais antigos e os recém-chegados. E é com Charlone que este artigo inicia o caminho de volta em direção ao fenômeno que motivou este percurso de pesquisa. Diferentemente dos diretores de fotografia até então analisados, Charlone tem formação acadêmica na área, estudou na Escola Superior de Cinema de São Luiz, em São Paulo.

Começou a trabalhar em 1973, como assistente de Dib Lutfi e Mário Carneiro. Na década de 80, firmou parceria com Sérgio Rezende e fotografou *O Homem da Capa Preta* (1986) e *Doida Demais* (1989). No início dos anos 90, passou três anos em Cuba ajudando a criar a Escuela de Cinema de Los Baños. Em 1998, dirigiu a fotografia do documentário *Verger: Mensageiro entre Dois Mundos*, dirigido por Lula Buarque e produzido pela Conspiração Filmes.<sup>9</sup> Desde o final da década de 90, Charlone é diretor permanente do quadro da O2 Filmes. A presença das duas produtoras na trajetória do fotógrafo é importante, pois será recorrente também nas trajetórias dos outros quatro profissionais, mais jovens, destacados para esta análise. O fato de Charlone aparecer constantemente nos créditos das duas produtoras já o coloca em uma posição diferenciada daquelas dos outros profissionais analisados. Ele frequenta, aparentemente com mais tranquilidade do que os anteriores, meios, gêneros e formatos audiovisuais diversos. Essa atuação diversificada reflete-se nas obras que “beneficiam-se” de práticas, estéticas e poéticas que a princípio não seriam próprias ao seu universo de possibilidades.

Quando um novo grupo artístico se impõe no campo, todo o espaço das posições e o espaço dos possíveis correspondentes, portanto, toda a problemática veem-se transformados por isso: com seu acesso à existência, ou seja, à diferença, é o universo das opções possíveis que se encontra modificado, podendo as produções até então dominantes, por exemplo, ser remetidas a condição de produto desclassificado ou clássico. (BOURDIEU, 1996, p. 265)

9 A Conspiração é uma das produtoras mais importantes do país. Produz filmes publicitários para os principais clientes e agências do Brasil e exterior. No cinema já lançou 18 longa-metragens, entre eles uma das maiores bilheterias do cinema brasileiro, *Dois Filhos de Francisco*, 2005. Em televisão, a Conspiração assinou *Mandrake* exibida pela HBO e duas vezes finalista do prêmio Emmy, nos EUA, como melhor série dramática.

As duas empresas atuam indistintamente em publicidade, TV e cinema, com trabalhos reconhecidamente ocupantes de postos mais elevados tanto nos quesitos constituintes de hierarquização interna e externa.

Segundo o *princípio de hierarquização externa*, que está em vigor nas regiões temporalmente dominantes do campo do poder (e também no campo econômico), ou seja, segundo o critério do *êxito temporal* medido por índices de sucesso comercial ou de notoriedade social a primazia cabe aos artistas (etc.) conhecidos e reconhecidos pelo grande público. (BOURDIEU, 1996, p. 240-241)

220

Em 2002, Cesar Charlone inicia sua parceria mais duradoura e profícua. Neste ano, filmou, sob a direção de Fernando Meirelles, o especial de TV *Palace II* e o longa-metragem *Cidade de Deus*. As duas obras são consideradas nesta pesquisa como marcos inaugurais do fenômeno que se pretende compreender melhor pelo esforço desta reflexão. Ao lado de Meirelles, dirigiu também a fotografia de *O Jardineiro Fiel*, 2005, e *Ensaio Sobre a Cegueira*, 2008, ambas produções internacionais consagradas pelas mais importantes instâncias de legitimação mundial (Oscar, Festival de Cannes, de Veneza, Globo de Ouro, entre outras). No currículo de Charlone constam ainda trabalhos sobre a direção de Spike Lee e Tony Scott.

Como no caso da trajetória de Walter Carvalho, Cesar Charlone também assumiu a função de diretor (*O Banheiro do Papa*, 2007). O fotógrafo está entre os mais premiados pela ABC: em 2001, melhor direção de fotografia de programa de TV (*Palace II*); em 2003, melhor direção de fotografia longa-metragem (*Cidade de Deus*) e em 2009, melhor direção de fotografia longa-metragem (*Ensaio Sobre a Cegueira*): todas, obras produzidas pela O2 Filmes e dirigidas por Fernando Meirelles.

Os quatro profissionais mais jovens, cujas trajetórias ainda faltam percorrer (Adrian Teijido, 47, Ricardo Della Rosa, 45, Adriano Goldman, 44 e Mauro Pinheiro Jr., 39) podem ser estudados em conjunto, tamanha a coincidência dos caminhos que trilharam. Todos têm formação acadêmica relacionada ao campo da produção audiovisual, trabalham indistintamente em publicidade, videoclipe, cinema e TV e figuram nas folhas de pagamento das mais importantes produtoras nacionais, entre elas, predominantemente, nas da O2 Filmes e Conspiração Filmes.

Em suas páginas oficiais na internet (os quatro são os únicos entre os investigados por essa pesquisa que as têm) divulgam seus trabalhos sem nenhuma diferenciação hierárquica entre os realizados para televisão, publicidade ou cinema. Diferentemente dos profissionais da geração anterior, parecem não carregar os melindres e preconceitos que estabelecem fronteiras valorativas entre os meios de veiculação das obras (TV ou cinema), nem dramas acerca dos fins para os quais empregam suas competências: sejam eles vender um automóvel ou um refrigerante ou ainda revolucionar a história do cinema nacional enquadrando e iluminado histórias e experiências inovadoras. “Os recém-chegados que se orientam para as posições mais autônomas podem fazer economia dos sacrifícios e das rupturas mais ou menos heróicas do passado”. (BOURDIEU, 1996, p. 291)

Ambos acumulam prêmios da ABC em todas as categorias possíveis (programa de TV, videoclipe, longa e curta-metragem). Adriano Goldman, Adrian Teijido e Mauro Pinheiro Jr. estão nos créditos das séries *Cidade dos Homens* e *Filhos da Carnaval*, produtos nos quais o modo de filmar motivador deste artigo destaca-se. De volta aos mecanismos de filmagem que motivaram este estudo e de posse do que se pode contatar pela trajetória dos fotógrafos analisados, cabe notar que esta poética, notável em diversas peças audiovisual da primeira década deste milênio, está relacionada a um modo de operar câmera e luzes que frequenta indistintamente formatos diversos. Os fotógrafos envolvidos nesta proposta estética incorporam em seus trabalhos mais diversas experiências acumuladas em publicidade, programas televisivos, cinema e videoclipes. Realizam uma fotografia liberta de certas regras e purismos e aberta às experimentações na movimentação da câmera, iluminação, cores e textura, como se vê nos produtos analisados.

Toda mudança ocorrida em um espaço de posições objetivamente definidas pela distância que as separa determina uma mudança generalizada. O que significa que não se há de buscar um lugar privilegiado da mudança. É verdade que a iniciativa da mudança cabe quase por definição aos recém-chegados, ou seja, aos mais jovens, que são também os mais desprovidos de capital específico, e que, em um universo onde existir e diferir, isto é, ocupar uma posição distinta

e distintiva, existem apenas na medida em que, sem ter necessidade de o querer, chegam a afirmar sua identidade, ou seja, sua diferença, a fazê-la conhecida e reconhecida (fazer um nome), impondo modos de pensamento e de expressão novos, em ruptura com os modos de pensamento em vigor, portanto, destinados a desconcertar por sua obscuridade e sua gratuidade. (BOURDIEU, 1996, p. 270-271)

## EM SUMA

A título de “em suma”, o “passeio” guiado por Bourdieu pelas trajetórias sociais dos profissionais estudados desvenda o espaço de possíveis e as tomadas de posição que viabilizaram o surgimento e a maturação do fenômeno que interessa a este pesquisador. Aposta-se ainda que este método tenha serventia para outros estudiosos interessados em melhor compreender diversos projetos estéticos e artísticos, notáveis no campo da produção audiovisual, e este artigo intenta contribuir com a defesa e desenvolvimento de tal metodologia. O ponto final deste texto configura-se, em verdade, como um novo ponto de partida, mais qualificado, para futuras análises.

222

## REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, P. *As regras da arte: gênese, estrutura e campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- SOUZA, M.C.J. Autoria nas telenovelas: uma proposta de análise. In: \_\_\_\_\_ (Org.) *Analisando Telenovelas*. Rio de Janeiro: e-papers, 2003.
- \_\_\_\_\_. Reconhecimento e consagração: premissas para análise da autoria das telenovelas. In: GOMES, I.; SOUZA, MCJ (Org.). *Media e Cultura*. Salvador: Edufba, 2002.

# A BOA MÚSICA: REFLEXÕES SOBRE O VALOR DA MÚSICA DOS FILMES

Guilherme Maia

## INTRODUÇÃO

223

Em *The Aesthetic and Psychology of the Cinema*, livro que pode ser considerado a grande síntese de todas as teorias que o precederam, Jean Mitry dedica uma grande dose de energia intelectual a questões relativas a relações entre música e imagem. No corpo do seu pensamento, observa-se a cristalização de um paradigma valorativo que se tornou a principal ferramenta de avaliação estética da música dos filmes. Uma noção de disjunção de sentido entre música e imagem, fincada pelos soviéticos na célebre *Declaração sobre o futuro do cinema sonoro*, como norma estética para a utilização de vozes e ruídos, funciona até hoje como pilar dos esquemas conceituais de atribuição de valor à música do cinema. Outra noção que parece cristalizada no campo, e que têm inequívocos vínculos com as ideias expostas no célebre *Composing for the films*, livro no qual Adorno e Eisler fazem uma crítica à música do cinema clássico estadunidense, é a de que a música de natureza Romântica ou sentimental que expressa as emoções que emergem de um filme, é considerada uma espécie de aberração vulgar. Para que seja boa, ela deve ter compromissos com a difusão de um determinado ideal político ou deve ser vista como algo inovador, transgressor, romper com tradições, e, antes de tudo, não ter um caráter sentimental. Para Adorno e Eisler, como sabemos, somente na



música pós-tonal, especialmente no serialismo, seria possível encontrar uma música para cinema verdadeiramente artística.

Ora, a julgar por esse modelo, o “paralelismo” sentimental e o caráter rigorosamente clássico<sup>1</sup> da música de *O poderoso chefão* (*The Godfather*. Francis Ford Coppola/Nino Rota, 1972)<sup>2</sup> condenariam ao fracasso o programa musical do filme. Será que oposições polares entre paralelismo e contraponto; entre programas de natureza sentimental e não-sentimental; entre repertório Romântico e pós-tonal ou entre tradição e inovação têm alguma potência para atribuir virtude artística ou condenar ao fracasso o conjunto de estratégias musicais de uma obra cinematográfica? Ou não passam de manifestações de gostos pessoais e históricos difundidos pelos agentes legitimadores dos campos do cinema e da cultura?

Neste artigo, o esquema conceitual sintetizado por Mitry é colocado em confronto com exercícios de análise do *corpus* indicado pelo autor e com aspectos do pensamento de Luigi Pareyson e Pierre Bourdieu, visando a examinar a hipótese de que as grandes teorias gerais do cinema construíram modelos valorativos baseados em oposições binárias, que, embora exerçam uma importante influência na crítica e nos estudos acadêmicos, podem ser apenas *constructos* teóricos desencarnados do mundo das coisas mesmas e utilizados mais como declarações de gosto pessoal e como armas na luta por legitimação nos campos do cinema e da cultura do que como ferramentas de produção de conhecimento. Antes, porém, de ir aos textos e às obras, é importante esclarecer alguns pressupostos subjacentes às ações desta investigação.

1 A música de *O poderoso chefão* é urdida com reverência irrestrita ao modelo clássico norte-americano de música para filmes. As estratégias de uso de música nesse contexto foram objeto de estudo de teóricos como Leonid Sabaneev e Claudia Gorbman, que, nos livros *Music for the films* e *Unheard melodies*, respectivamente, descrevem as estratégias de uso de música dominantes nos filmes estadunidenses dos anos 1930-40. Em síntese, o modelo observa a música sendo aplicada em bases regulares com o objetivo de produzir respostas de naturezas emocional e sensorial no espectador, operando em sintonia com os fluxos de tensão e repouso do drama e atenta a questões como unidade e continuidade. Em uma dimensão cognitiva, a música no cinema clássico de Hollywood trabalha no sentido de fornecer informações sobre tempo, lugar e personagens.

2 Neste trabalho, as referências aos filmes citados no corpo do texto terão o seguinte formato: Título em português (Título em inglês. Nome do diretor/Nome(s) do(s) compositor(es), Ano de lançamento).

## SOBRE UM MODO DE OBSERVAR FILMES

Fenômeno facilmente observável no domínio das teorias cinematográficas é a predominância de uma visão idealista e normativa que faz com que os fatos do cinema se submetam a uma lógica na qual a realidade material dos filmes fica refém de uma realidade ideal construída pelo pensamento filosófico (ANDREW, 1989). Problema semelhante é apontado por David Bordwell (2005, p. 50) no campo da teoria cinematográfica contemporânea:

A maioria dos teóricos contemporâneos do cinema parece entender que a teoria, a crítica e a pesquisa histórica devem ser orientadas pela doutrina. Nos anos 1970, uma das precondições para que uma formulação fosse considerada válida era a de que estivesse alicerçada em uma teoria explícita da sociedade e do sujeito. A ascensão do culturalismo veio intensificar essa demanda. Em lugar de formular uma questão, articular um problema ou deter-se sobre um filme intrigante, o objetivo central estabelecido pelos autores é outro: o de comprovar uma posição teórica oferecendo filmes como exemplos.

225

Existe, contudo, um veio teórico-metodológico que, ao assumir um compromisso essencial com os aspectos internos do filme, constrói um caminho que se distingue dessa tendência. É nessa tradição, de análise imanente, que a metodologia se inscreve. Ao contrário, porém, de análises formalistas e semiológicas, também de natureza imanente, mas preocupadas essencialmente com aspectos estruturais ou com os processos de produção de significados da obra, a metodologia parte do pressuposto de que a análise de uma determinada matéria expressiva ganha potência quando contempla, antes de tudo, o modo como a instância criadora ordena recursos e meios, configurando-os em forma de estratégias que têm como objetivo primário a produção de efeitos cognitivos, sensoriais e afetivos em um apreciador.

As raízes mais profundas da metodologia estão na “Poética”, o pequeno tratado de Aristóteles sobre gêneros de poesia. Aristóteles entende um determinado gênero literário ou teatral como um conjunto de estratégias engendradas no âmbito da criação, que têm como destinação realizarem-se como efeitos sobre um apreciador no momento da fruição. No caso das Tragédias – sabemos todos –, os efeitos intrínsecos ao gênero são o

horror e a compaixão. Wilson Gomes (1996, 2004a, 2004b), escultor da matriz metodológica aqui discutida, observa que Aristóteles foi o primeiro a declarar que toda encenação dramática representa um agenciamento de recursos (enredo, personagens, fala, narração, elementos cênicos) cuja destinação é o prazer ou o efeito emocional específico de um gênero de composição. À sistematização de recursos em uma determinada obra, com o propósito de prever e providenciar um determinado tipo de efeito na apreciação, ele chama de programas:

Programas são a materialização de estratégias dedicadas a buscar efeitos que caracterizam uma obra. Neste sentido, cada obra é uma peculiar combinação de elementos e dispositivos empregados estrategicamente, mas também é, sobretudo, uma peculiar composição de programas. E porque são justamente os programas que dão a têmpera específica de uma determinada obra, constituem o interesse primário de qualquer atividade analítica. (GOMES, 2004b, p. 98)

Evidentemente, um texto sobre um determinado tipo de encenação teatral da Antiguidade Clássica não pode dar conta completamente do complexo atual das obras expressivas audiovisuais. Sabemos, ademais, que o rizoma de questões que se origina já a partir do uso da palavra gênero no contexto contemporâneo é muito mais sofisticado do que no século IV a. C.! O método crê, entretanto, com base em pilares epistemológicos articulados a partir de aspectos do pensamento de Emanuel Kant, Paul Valéry, Luigi Pareyson e Umberto Eco, que o texto da “Poética” contém noções e intenções de pensamento capazes de reunir num veio discursivo sensato e fecundo muitos dos problemas e perspectivas contemporâneas, no que diz respeito às disciplinas de expressão e da interpretação.

Da fenomenologia de Kant, o método convoca a classificação dos objetos da realidade em duas chaves: a) aqueles cuja percepção leva o sujeito ao mero reconhecimento material das coisas; b) aqueles construídos de modo a acionar uma atividade da consciência para convertê-los em expressão. São objetos elaborados por uma consciência, com vistas a desencadear uma série de estados sensíveis e intelectuais em uma consciência apreciadora. Filmes, livros, encenações teatrais, pinturas, música, são objetos dessa natureza. Em Luigi Pareyson, o método flerta com a

noção de que a verdadeira avaliação da obra é a consideração dinâmica que dela se faz a partir do confronto da obra tal como é com a obra tal como ela própria queria ser. Uma Tragédia quer ser uma Tragédia e como tal deve ser analisada, não como alguma coisa outra que o analista quer que ela seja. Em Paul Valéry, flagra-se a crença de que a Estética, como disciplina, não deve partir de uma prescrição de normas e regras, formuladas a partir de um conceito de perfeição filosoficamente construído, ao qual uma obra expressiva singular deva conformar-se. De Umberto Eco, o método convoca o conceito de Leitor Modelo. Definindo “texto” como uma máquina semântico-pragmática cujos processos de produção coincidem com os processos de recepção, Eco sugere que todo texto – ou obra – pressupõe um modo de leitura. A essas estratégias de leitura que a obra expressiva impõe ao leitor, ele dá o nome de Leitor Modelo, entidade ideal e inscrita no texto que não deve ser confundida com o leitor empírico:

O Leitor Modelo de uma história não é o leitor empírico. O leitor empírico é você, eu, todos nós quando lemos um texto. Os leitores empíricos podem ler de várias formas, e não existe lei que determine como devem ler, porque em geral utilizam o texto como receptáculo de suas próprias paixões, as quais podem ser exteriores ao texto ou provocadas pelo próprio texto. (ECO, 1994, p. 14)

O que Eco propõe, em síntese, é que o ato criativo é frequentado por uma ou várias entidades ideais que inscrevem na máquina textual instruções para a leitura. A atividade de interpretação tem limites e esses limites são impostos pelo próprio texto, nem toda interpretação é economicamente pertinente. A metodologia considera, assim, que a análise de materiais expressivos compartilha com o esforço analítico em geral o fato de trabalhar também com aquilo que está posto, o positivo. “Descartando de princípio que se nos atribuam as críticas tolas ao positivismo que ainda assolam as Humanidades”, diz Gomes (2004b, p. 112):

[...] não se pode compreender uma atividade de interpretação que não tome o seu objeto como dados, como obra, como *opus operatum*. A única diferença entre os dados do trabalho analítico com materiais físicos, por exemplo, e aqueles dos materiais expressivos

artísticos consiste no fato de que a expressão só está à disposição da atividade analítica depois de ter executado os seus efeitos num ato de apreciação.

Sob essa perspectiva, o objeto imediato do analista de matéria artística é a obra apreciada, a sua interpretação primária e espontânea. O intérprete trabalha sobre algo que só se constitui como objeto depois de ter solicitado e recebido a cooperação do próprio analista como apreciador. O que o método sugere, em síntese, é que os segredos da análise de uma determinada obra artística estão contidos, em primeiro e mais importante lugar, na própria obra e nos efeitos que ela produz em uma instância apreciadora ideal. Esse viés analítico empenha-se bem mais em compreender como os filmes funcionam, do que em estabelecer normas de como eles deveriam ser com base em paradigmas filosóficos, ideológicos ou estéticos pré-fixados. Em poucas palavras, ao método é caro aquilo que o filme é e não o que deveria ser.

### A MÚSICA IDEAL

Quando fala sobre o valor artístico da música dos filmes, Mitry elege como referência modelar artigos escritos por Eisenstein, Maurice Jaubert, Yves Baudrier, Arthur Honneger e Marcel Martin, no plano teórico. Como evidência empírica das teses que defende, Mitry cita os filmes *Alexander Nevsky* (1938-9) e *Ivã, o terrível I e II* (1944 e 1946), de Eisenstein/Prokofiev, *Hiroshima, monamour* (Alain Resnais/Giovanni Fusco e George Delerue, 1959) e *Trágico Amanhecer* (*Le jour se lève*, Jean Vigo/Maurice Jaubert, 1937).

Suspeita-se aqui que um primeiro problema do esquema conceitual de valor proposto por Mitry emerge já do seu quadro referencial. Será realmente possível que um paradigma geral de avaliação qualitativa da música do cinema seja construído, em 1960, com base no discurso de um cineasta russo dos anos 1930-40 que realizou apenas três filmes sonoros e em uma amostra de compositores franceses que, em conjunto, não chegaram a produzir música para uma centena de filmes, enquanto somente Max Steiner, o compositor mais profícuo do cinema hollywoodiano clássico, compôs

para mais de trezentos?'.<sup>3</sup> (MÁXIMO, 2004, p. 22) Quantidade pode não ter uma relação direta com qualidade, é claro, mas é difícil acreditar em uma escala de valor para a música do cinema, que desconsidera toda a música produzida na Itália, na Inglaterra e, principalmente, as partituras escritas por Max Steiner, Erich Wolfgang Korngold, Dimitri Tiomkin, Franz Waxman, Miklós Rózsa, Bernard Herrmann e Alfred Newman, que, juntos, produziram no filme estadunidense do princípio do cinema sonoro até o início da década de 1960, uma quantidade de música para cinema que atinge a ordem de grandeza de alguns milhares. Já no plano do referencial teórico, Mitry fundamenta-se em artigos escritos por um único diretor e por alguns poucos compositores franceses que, mais que em uma análise rigorosa dos papéis da música em um filme de ficção, parecem empenhados na defesa de seus estilos pessoais. Um estudo sobre as funções da música no cinema realizado nos anos 1960 muito teria a ganhar se considerasse investigações anteriores bem mais rigorosas, como, por exemplo, a de Leonid Sabaneev no livro *Music for the films* e o de Kurt London em *Film Music*, publicados em Londres em 1935 e 1936, respectivamente.

Dessa forma, o texto de Mitry, tomando como referência um contexto teórico e empírico muito restrito, cria uma noção segundo a qual o programa musical de Eisenstein é um achado estético raro e que a música de alguns poucos filmes do cinema francês tem maior valor artístico do que aquela produzida no cinema hollywoodiano, por ele considerada como um conjunto homogêneo de clichês sentimentais melodramáticos. Tudo aquilo que Mitry condena está presente tanto nos filmes de Eisenstein como na filmografia francesa citada, ao mesmo tempo em que tudo aquilo que ele aponta como momentos de alto grau de expressão artística são estratégias de uso recorrente também no cinema clássico de Hollywood.

3 Segundo João Máximo, somente entre 1930 e 1936 Steiner assinou a música de 133 filmes entre comédias, policiais, faroestes, romances, dramas e musicais, informação que pode ser facilmente verificada nos bancos de dados virtuais *All movie guide* e *Internet movie data base*.

## O PARADIGMA ALEXANDER NEVSKY

Em *Mitry*, a reverência ao manifesto soviético é clara. Muito embora critique a pertinência do termo contraponto – prefere, simplesmente, contraste – Mitry aplica plenamente o paradigma valorativo da declaração soviética sobre o futuro do cinema sonoro, quando diz que “posta em um contexto visual, ela [a música] deve estabelecer reações significantes por meio de contraste ou associações incomuns”.<sup>4</sup> (MITRY, 2000, p. 249) Mitry considera a exposição teórica de Eisenstein em *O sentido do filme* a base essencial da arte audiovisual e afirma que a música de Prokofiev para *Alexander Nevsky* e *Ivã, o terrível I e II* podem ser consideradas experiências modelares, plenamente demonstradas na cena da batalha no gelo do filme *Alexander Nevsky*, especialmente durante o ataque dos cavaleiros germânicos.

230

Que efeito! [...] A associação entre a carga da cavalaria e o movimento musical relacionado nos excita como se fôssemos fisicamente transportados pelo filme: movimento encontra movimento em uma estrutura complexa formada pela totalidade rítmica, plástica e dinâmica de uma unidade audiovisual indivisível. [...] O ataque dos cavaleiros é modelado a partir dos ritmos de um batimento cardíaco em *accelerando*. O aumento progressivo no movimento, em intensidade e expressão acústica, por meio de uma pulsação musical que se torna mais rápida e mais complexa a cada instante traduz, ao mesmo tempo, os batimentos cardíacos, o estardalhaço das armaduras e o tropel dos cavalos dos guerreiros germânicos durante a carga contra o exército russo. Tudo combina para criar uma unidade dinâmica que determina uma emoção similar à sugerida pela ação representada – mas uma emoção consideravelmente magnificada pelos recursos empregados. Assim, os filmes de Eisenstein oferecem dois aspectos da associação de música e imagem que devem ser consideradas: associação rítmica – a mais efetiva, do nosso ponto de vista, ao menos a mais percussiva; e a associação lírica ou temática, muitos graus acima em nossa escala de efetividade do que a associação ‘emocional’ em geral conferida à música nos filmes. (MITRY, 2000, p. 262)

4 “[...] placed in a visual context, it [a música] must establish signifying reactions through contrast or unusual associations”. (MITRY, 2000. p.249, Colchete explicativo nosso)

Mitry parece superinterpretar – diria Umberto Eco – e hipervalorizar, é possível dizer, o programa Eisenstein-Prokofiev. Como uma apreciação desapassionada da citada cena nos revela, não faz nenhum sentido afirmar que o que está em jogo ali é uma associação temática ou lírica com um grau maior, mais nobre e menos “emocional” do que a que é atribuída à música nos filmes de um modo geral. Ao contrário, se comparado a cenas de natureza semelhante de muitos filmes anteriores ou contemporâneos a ele, o programa audiovisual de *Alexander Nevsky*, em 1938, pode mesmo ser considerado bem menos potente e, até mesmo, surpreendentemente ingênuo para os padrões da época. As afirmações de Mitry sobre a associação entre as “turbulências” da música e da imagem podem ser facilmente encontradas em muitos e muitos filmes norte-americanos dos anos 1930. As estruturas audiovisuais de cenas de batalhas, perseguições e tumultos, em filmes como *King Kong* (Merrian C. Cooper/Max Steiner, 1933), *Capitão Blood* (*Captain Blood*. Michael Curtiz/Erich W. Korngold, 1935), *Horizonte perdido* (*Lost Horizon*. Frank Kapra/Dimitri Tiomkin, 1937), *A carga da brigada ligeira* (*The charge of the light brigade*. Michael Curtiz, Steiner, 1936), *O prisioneiro de Zenda* (*The Prisoner of Zenda*. John Cromwell/Alfred Newman, 1937), *A noiva de Frankenstein* (*The bride of Frankenstein*. James Whale/Franz Waxman, 1935) e *As aventuras de Robin Hood* (*The adventures of Robin Hood*. Curtiz/Korngold, 1938), em escolha aleatória, somente a título de exemplo, são muito mais complexas, bem elaboradas e refinadas do que as relações entre música e imagem em *Alexander Nevsky*. De resto, na apreciação de *Alexander Nevsky* e *Ivã, o terrível I e II*, o espectador se defronta com um programa musical semelhante ao modelo clássico norte-americano, ou mesmo, é fácil supor, de qualquer filme da era muda acompanhado ao vivo por um bom pianista atento ao fluxo dramático das imagens. É verdade que uma marca idiossincrática da música dos filmes sonoros de Eisenstein é o grande número de canções cantadas em coro – em geral hinos religiosos, como na consagração de Ivan Ivilovich, ou de vocação patriótica, mas, uma observação desapassionada nos conduz, inevitavelmente, a concordar com Michel Chion quando ele afirma que é graças a um mal-entendido histórico, que *Alexander Nevsky* tem sido considerado um filme de referência para o emprego da música no cinema e é citado



perpetuamente como um modelo de audácia audiovisual, uma vez que, na verdade, contém um programa banal a orientar a relação entre partitura e imagem. (CHION, 1997, p. 331-332) Em *Alexandre Nevsky*, a música está claramente a serviço das emoções “nacionalistas” que o cineasta deseja produzir em seu público. Assim, é triste nos momentos em que o povo russo está sofrendo, tensa quando o perigo é iminente, alegre quando o povo está em festa e brava e heroica na vitória final sobre os inimigos. Ilustrativa, trota junto com os cavalos nas cenas de batalhas e acompanha em escala descendente a submersão de um guerreiro no lago gelado (em um efeito de valor estético no mínimo questionável, uma vez que confere um acentuado tom cômico a uma cena de inequívoca vocação dramática). Quando vemos planos dos mortos em combate, o que ouvimos tem o caráter fúnebre de um réquiem. Se escutamos canções, a letra reporta-se literalmente aos acontecimentos da tela. Dessa forma, quando os traidores são condenados pelo povo ao linchamento, a canção que ouvimos diz: “Da terra russa, expulsa o inimigo. Ergue-te e luta, nossa Rússia mãe.”<sup>5</sup> Quando são mostrados os compatriotas mortos, as palavras cantadas que ouvimos são “os que jazem mortos à espada, os que jazem feridos à flecha, embeberam de seu sangue rubro a terra honesta, a terra russa”.

### O MODELO MAURICE JAUBERT

O segundo pilar mais importante do modelo valorativo de Mitry tem como base um artigo de Maurice Jaubert, por ele considerado “um estudo que serve de modelo para qualquer um interessado em música no cinema”, e alguns filmes com música assinada por esse compositor francês. “É a ele”, diz Mitry, “que devemos nos referir para falar de música no contexto cinematográfico. Mesmo 20 anos após seu último filme, as partituras de Jaubert continuam se destacando como modelo de como a música do cinema deve ser”. (MITRY, 2000, p. 250-251) O pensamento de Jaubert pode ser considerado a raiz a partir da qual floresceu, no campo das teorias gerais, a ideia de que a música do cinema estadunidense, considerada, em bloco, como um amontoado de clichês articulados em “paralelo” que

5 Transcrição das legendas

“traduzem” sentimentos por meio de má música Romântica e Impressionista, não é digna de atenção acadêmica e não tem valor artístico.

No célebre artigo *Music in the screen*, publicado pela primeira vez em Londres no ano de 1938 no livro *Footnotes to the film*, percebe-se um modelo de avaliação que pode ser assim resumido: para Jaubert, a música para cinema verdadeiramente artística não deve preencher vazios, não deve comentar a ação, não deve seguir a tradição do melodrama, não deve ocorrer ao mesmo tempo em que as vozes ou os sons diegéticos, não deve ser dramática e expressiva, não deve “explicar” a imagem para nós, não deve conter elementos subjetivos, não deve ter compromissos acadêmicos e não deve lutar para ser uma tradução servil dos conteúdos emocionais, dramáticos e poéticos do filme. No entender de Jaubert, a arte de compor para cinema está em uma música “objetiva” que deve acrescentar ao que vemos na tela uma ressonância completamente diferente do conteúdo da imagem, apoiar o conteúdo plástico com sons impessoais e trazer à luz o ritmo interno da imagem. No que diz respeito ao repertório, Jaubert interdita o uso do repertório Romântico e Impressionista, classificando-o como “o pior de Wagner e um falso Debussy”, e aposta tudo no potencial de um repertório “popular” que nos reconduziria a um canto humano coletivo e “desnudo”. (JAUBERT, 1970, p. 101-114)

Ressalta-se, de pronto, além do caráter intensamente restritivo do modelo, a óbvia reverência a um valor essencial do “divórcio” entre música e imagem e a prioridade das conexões entre o conteúdo plástico e o ritmo da imagem em relação às articulações entre a música e o drama. A música que “comenta” a ação, “explica” a imagem e “traduz” sentimentos é por Jaubert invalidada artisticamente. Toda e qualquer relação da música com emoções, drama e poesia deve ser substituída por um programa intelectual “objetivo”, conectado com o “conteúdo plástico” e com o “ritmo interno” das imagens. É realmente muito difícil entender, a partir das argumentações de Jaubert, o que ele entende exatamente por uso “objetivo” de música no cinema e por “sons impessoais”, pois o compositor legisla sem nos dar exemplos. Ir a filmes com música assinada por Jaubert, em busca dessa resposta, deixa o pesquisador ainda mais confuso, pois o confronto entre o discurso e as obras parece, como será examinado, expor profundas contradições.

Um veemente defensor e propagador das ideias de Jaubert, Jean Mitry nos dá como exemplos bem-sucedidos das teses do compositor francês os filmes *Trágico Amanhecer* (*Le jour se lève*, Marcel Carné/Maurice Jaubert, 1939) e *Hiroshima, mon amour* (Alain Resnais/Giovanni Fusco e George Delerue, 1959). Sobre o primeiro, Mitry (2000, p. 251, tradução nossa) diz:

Tire a música de *Le jour se lève* das imagens e elas nada significam. Em verdade, que valor há nos compassos ritmados que mostram a apreensão de Jean Gabin, preso em seu quarto, salvo as relações com as imagens que ressoam de forma surpreendente como uma consequência? Que valor há no solo de trompete tocado pelo artista de rua, com Gabin e Jules Berry sentados no café, salvo como uma interrupção ao mentiroso tagarelar de Berry, o que trouxe Gabin de volta à realidade? A música não acompanha este filme: ela está integrada nele.

*Trágico amanhecer* é um filme que conta a história de François, personagem interpretado por Jean Gabin. No início do filme, François comete um crime e se tranca no quarto onde mora, respondendo com tiros às tentativas da polícia de prendê-lo. Em *flashbacks*, os motivos que o levaram a cometer o assassinato – um crime de paixão – vão sendo revelados. A estrutura do filme pode ser resumida na reiterada alternância entre cenas do passado e cenas de François em seu quarto, andando de um lado para outro, ora tenso ora triste. Em todas as cenas de François em seu quarto ouvimos música. Há uma clara intenção de progressão, um crescendo de intensidade e atividade. Na primeira vez que vemos François em seu quarto, ouvimos apenas uma pulsação constante de tímpanos com pouca atividade e andamento moderado. Na segunda, já há uma melodia lenta, grave, em modo menor. À medida que a história progride, a música torna-se mais densa pelo acréscimo de instrumentos, intensificação da atividade rítmica, melódica e harmônica. Do ponto de vista aqui adotado, a música, com seus evidentes sinais de tensão e tristeza, está 100% conectada com os sentimentos do personagem e com a progressão dramática da história, da mesma forma como acontece na imensa maioria dos filmes vistos com sarcasmo por Jaubert. A julgar pelo que a apreciação dessa cena autoriza, não é verdade, de modo algum, a afirmação de Michel Chion de que a estética de Jaubert busca no ritmo

(em oposição ao expressionismo e ao sentimentalismo da melodia) o fundamento de uma estética objetiva, dinâmica e sem *pathos* da música cinematográfica. “A música deve se apoiar nos ritmos da vida, do mundo das coisas (por exemplo, de um motor, de um acontecimento) em lugar de se amoldar às flutuações de um discurso ou às matizes do sentimento”. (CHION, 1997, p. 350-351) A música que ouvimos em conjunção com as imagens de François em seu quarto é, na maior parte do tempo, tão melódica e sentimental como a da imensa maioria dos filmes. Mais confuso ainda fica o analista quando se depara com uma cena do eixo dos *flashbacks* em que vemos François e Clara conversando em um quarto sobre a sua relação amorosa enquanto ouvimos operando, ao mesmo tempo em que diálogos e ruídos, uma música orquestral com explícitas conexões com o *pathos* da situação que a tela nos mostra.

Sobre outros filmes musicados por Jaubert, e constantemente citados como exemplos modelares de utilização de música – *Zero em comportamento* (*Zéro de Conduite*, 1933) e *O Atalante* (*L’Atalante*, 1934), ambos dirigidos por Jean Vigo – podemos, rigorosamente, reafirmar o que aqui foi dito a respeito de *Trágico amanhecer*. Ou não está a reconciliação amorosa do final de *L’Atalante* conectada com a música suave, em tom maior que ouvimos naquele momento? Como analisar o papel da música em *Zero em comportamento* sem perceber, no rufo de caixa-clara que antecede as aparições do professor, uma associação imagem-música de uma obviedade circense? Como deixar de classificar como ilustrativa, sentimental e redundante a música da sequência de abertura, que emula os aspectos rítmicos dos ruídos de um trem em movimento, e que se torna mais alegre quando os colegas se encontram e brincam no vagão ou quando uma escala descendente faz o *mickeymousing*<sup>6</sup> da queda do homem que compartilha o vagão com os meninos?

6 Expressão criada nos estúdios Disney para designar o uso da música como ilustração de movimentos de personagens e/ou objetos na tela.

## A MÚSICA “NEUTRA” DE HIROSHIMA

Um outro exemplo sobre o qual Jean Mitry se detém especialmente é o filme *Hiroshima, mon amour*: “Em Hiroshima”, diz Mitry, “a música, traduzindo o sentido geral do filme, nunca se deixa arrastar pelo tom dos sentimentos do drama” [tradução nossa]. Em apoio ao seu ponto de vista, Mitry cita Marcel Martin, que no livro *Le langage cinématographique* afirma:

Giovanni Fusco faz questão de não comprometer sua música com o drama: ele só a introduz nos momentos cruciais do filme (nem sempre os momentos cruciais da ação aparente, mas os mais importantes no desenvolvimento psicológico dos personagens) como um de plano de fundo limitado em duração, atenuado em volume, recusando a opção macia da melodia e absolutamente neutra do ponto de vista sentimental. Sua função, aparentemente, é estender a relação espaço-tempo e acrescentar às imagens um elemento sensorial derivado mais do intelecto do que das emoções. (MARTIN, 1969, apud MITRY, 2000, p. 258, tradução nossa)

236

A apreciação de *Hiroshima, mon amour*, entretanto, inflige tensão sobre todas as afirmações de Martin e Mitry. A música, neste filme, contém uma quantidade importante de material melódico e não pode ser considerada, de modo algum, um plano de fundo discreto, limitado em duração e atenuado em volume. Ao contrário, é abundante e muitas vezes ocupa o primeiro plano sonoro estabelecendo atmosferas cuja função está longe de se estender a relação espaço-tempo e acrescentar às imagens um elemento sensorial derivado do intelecto. Se a música de Fusco merece atenção, é por conta de seu inusitado caráter descontínuo e inquieto que, de fato, desconsidera as técnicas de desenvolvimento clássico-românticas e nos dá aos ouvidos uma colagem de fragmentos musicais justapostos, que, sem dúvida, torna a música desse filme um programa interessante e original no final dos anos 1950, mas isso não acontece o tempo todo. Muitas e muitas vezes, o que ouvimos é música tonal, melodias acompanhadas de vocação emocional inequívoca que, do ponto de vista funcional em nada se distinguem, essencialmente, do programa do melodrama cinematográfico. Já nas primeiras – e muito belas – imagens do filme, vemos fragmentos de corpos humanos nus

abraçados, que parecem ser de um homem e uma mulher fazendo amor. O que temos na trilha sonora neste momento? Arpejos em acordes menores e uma melodia suave, doce, que estabelecem, de imediato, uma atmosfera sentimental e triste. Se é verdade que a sequência que sucede a abertura – um longo trecho em que os protagonistas são apresentados em voz *over*, em conjunção com a música inquieta de Fusco e com imagens documentais da tragédia de Hiroshima – oferece ao espectador um momento raro da história do cinema, ao longo do desenvolvimento da trama propriamente dita as estratégias musicais são bastante comuns e podem ser dessa forma elencadas: a) música que convoca como interpretantes os signos “oriental” ou “japonesa”, exercendo aquilo que Claudia Gorbman chama de função narrativa referencial. Operam, principalmente, como uma espécie de “cenário” acústico; b) atmosferas atonais, descontínuas e assimétricas diretamente conectadas com a tensão e o desconforto das relações entre o casal de protagonistas; c) melodias de caráter *cantabile* e acompanhadas, sempre em tonalidades menores, utilizadas, de modo evidente, em estreita conjunção com as memórias e os sentimentos tristes que dominam a história dos protagonistas; d) música de caráter ilustrativo como a ágil flauta “pastoral” que acompanha a corrida da protagonista em direção a seu antigo namorado alemão, em uma paisagem campestre e pontua com um acorde o momento em que o casal se encontra e se abraça. Resumindo, música 100% a serviço do drama.

As discussões sobre o valor da música dos filmes podem ser vistas como um fluxo crescente de interdições que conduz ao clímax nos célebres aforismos de Robert Bresson (2005, p. 42), condena ao limbo artístico toda e qualquer música de pós-produção: “A música toma todo o espaço e não dá mais valor à imagem à qual ela se junta”, “Música: ela isola seu filme da vida de seu filme” e “é um possante modificador e até destruidor do real, como álcool ou droga”. (BRESSION, 2005, p. 69) “Quantos filmes remendados pela música. Inunda-se um filme de música. Impede-se de ver que não há nada nessas imagens”. (BRESSION, 2005, p. 106) Ainda segundo o autor, a única música possível no cinema é aquela que o espectador vê sendo executada. A música de pós-produção é classificada, negativamente, como uma música de acompanhamento, apoio ou reforço que não acrescenta nenhum valor à imagem, isola o filme de sua própria

vida e destrói o real. Afirmar, contudo, que um filme sem música aplicada na instância da pós-produção é ontologicamente mais artístico do que aqueles que fazem usos desse recurso é reduzir toda a complexidade das infinitas possibilidades de relações que podem ser estabelecidas entre a música e o filme a uma oposição binária elementar – música de pré-produção *versus* música de pós-produção – que, se pode conferir coerência interna ao realismo poético de Bresson, não tem nenhuma validade como paradigma de avaliação da música de todos os filmes, nem torna o seu programa essencialmente melhor do que aquele que lhe faz oposição polar na esfera quantitativa: a música de *E o vento levou*,<sup>7</sup> filme no qual o espectador ouve 156 minutos da música de fosso de Max Steiner: 99 peças musicais desenvolvidas a partir de 11 temas.<sup>8</sup>

## ECOS DO MODELO NO CENÁRIO CONTEMPORÂNEO

Talvez por força daquilo que David Bordwell chama de “francofilia generalizada entre os intelectuais do meio cinematográfico”, (BORDWELL, 2005, p. 51) que ganha força a partir dos anos 1960 com a difusão internacional das ideias de Bazin e da Política dos Autores, defendida nos artigos e ensaios dos *Cahiers Du Cinéma*, a tendência a recorrer aos textos dos *Cahiers* e aos filmes do neo-realismo italiano, do realismo poético francês e da *nouvelle vague* como fonte primária de filmes verdadeiramente artísticos, ajudou a propagar, pelo campo dos estudos gerais do cinema, o esquema conceitual de avaliação da música dos filmes construído com base na tríade Eisenstein, Jaubert, *Hiroshima, mon amour*. Formulada de modo explícito por Mitry, a noção de boa música para cinema, elaborada com base nos textos e nos filmes aqui discutidos, foi adotada pelo pensamento brasileiro como verdade única a tal ponto que é quase impossível, mesmo hoje, encontrar no campo dos estudos fílmicos nacionais, julgamentos de valor sobre a música que não reverberem noções de Eisenstein, Jaubert, Mitry e Bresson. O antiamericanismo

7 *Gone with the wind*, Victor Fleming/Max Steiner, 1939.

8 Conforme nos informa Máximo, Steiner contou com a colaboração de Hugo Friedhofer, Adolf Deutsch, Bernard Kaun, Maurice de Packh e Réginald Basset nas orquestrações dos temas por ele compostos. (MÁXIMO, 2004, p. 33)

musical radical e o horror a programas de natureza sentimental, assim como a crítica à música que, segundo esse pensamento único, “comenta”, “acompanha”, “reforça”, “sublinha”, “explica”, “ilustra” e “duplica” as coisas que vemos nas telas parecem operar como denominador comum a todos os discursos. São privilegiadas as relações da música com o tempo, com o movimento, com o ritmo interno das imagens e com a representação pictórica. Quase nada se diz a respeito das articulações entre o *pathos* da música e do drama. Fala-se até um tanto sobre conexões entre a música dos filmes, a política, a história, a cultura e a sociedade. Muito pouco se fala da importante diferença entre os efeitos produzidos pela simples opção entre uma tonalidade maior ou uma tonalidade menor, em conjunção com uma determinada imagem.

Alguns exemplos ajudam a verificar como o modelo valorativo aqui discutido se revela na crítica, nos textos acadêmicos e nos debates do meio cinematográfico. O nome de Eisenstein está entre os cinco mais citados por Michel Chion (1997), ao lado de Godard, Fellini, Resnais e Hitchcock, no livro *La musique au cinéma*, tratado de mais de 500 páginas que o compositor, pesquisador e roteirista francês publicou em 1997 sobre a música dos filmes. Em *La música en El cine*, Russel Lackfaz um rol de alguns casos de uso de música que considera bem-sucedidos artisticamente, no campo do documentário. A noção de contraponto como um valor positivo está presente em todos eles. (LACK, 1999, p. 330-334) De um modo geral e com poucos exemplos de exceções, mesmo aqueles que discordam de Eisenstein do ponto de vista da terminologia por ele empregada – para Mitry (2000, p. 250) a simples noção de “contraste” é mais adequada, enquanto Chion (1993, p. 37) prefere “harmonia dissonante” – aplicam a noção do manifesto soviético como um atestado de valor.

Em artigo publicado no Jornal da Paraíba em 28 de maio de 2003, intitulado “O indutor emocional”, massivamente divulgado em listas de discussão sobre cinema, o crítico cultural e autor de canções Bráulio Tavares (2003) faz reverberar em seu texto a interdição ao “paralelismo” e à emoção:

Uma das coisas mais irritantes do cinema e da TV de hoje é a música que ensina ao espectador o que está acontecendo. Em toda cena



romântica ou melodramática se eleva aquele trinado insuportável de violinos, explicando ao público: ‘É amor!’ Tenho a impressão de que quando um aspirante a diretor é contratado por um estúdio, a primeira coisa que lhe entregam é um calhamaço intitulado ‘Manual do Indutor Emocional’. Ali existe um cardápio completo dos arranjos, orquestrações e harmonias para serem usados nas cenas de perseguição, suspense, romance, nostalgia, humor, alegria infantil.

Em outro artigo recente, intitulado *M. O vampiro de Dusseldorf: uma sinfonia de ruídos e silêncio*, (EISNER, 1976, apud BRENER, 2009), afirma:

Lang, seduzido pelas possibilidades de expressão do som, chegou muito naturalmente aos contrapontos visuais e sonoros. [...] No auge do som, ressoa diante do júri dos bandidos o grito estridente de Lorre, clamando que fora impulsionado por uma força invisível. É o ponto mais alto desta escala trágica, melopéia em que som e imagens se fundem num indestrutível contraponto.

240

Em matéria publicada no jornal O Globo (2007, p. 2), a ideia de divórcio entre som e imagem subjaz à declaração do diretor Cacá Diegues: “[...] a trilha [sic] deve dizer algo que não está na tela, trazer uma nova informação”. Já a relação direta entre música e emoção recebe a condenação de Eduardo Nunes, em artigo publicado no nº 10 da revista *Cinemais*: “[...] na maior parte dos filmes, o uso da música limita-se a clichês: a função da música se restringe a sublinhar a emoção de cada cena com temas não muito originais”. (NUNES, 1998, p. 43) O “paralelismo” é igualmente refutado por Ronel Alberti da Rosa: “Todos somos testemunhas de que a ilustração banal das imagens de cinema é uma prática florescente. A intenção é a mera duplicação do que a cena já está mostrando”. (ROSA, 2003, p. 105)

Assim, é celebrada a música em “contraponto” em qualquer situação; não se fala da imensa obra (em paralelo?) de John Williams. Comemora-se o repertório *pop* em Tarantino; despreza-se toda e qualquer música escrita na técnica de composição Romântica. Violinos em cenas de amor são condenados à morte; guitarras elétricas distorcidas ganham direito de existência em toda e qualquer situação. Fala-se com entusiasmo da mixagem “suja” e dos cortes abruptos da música em Godard; não se dá a menor atenção às sofisticadas técnicas de continuidade e unidade

da música de Korngold, cuja partitura para o filme *O gavião do mar* (*The Sea Hawk*, Michael Curtiz, 1940), segundo nos informa Máximo,<sup>9</sup> é estudada até hoje nos cursos de música para cinema de Hollywood e mereceu do musicólogo Royal S. Brown uma minuciosa e empolgada análise.

Considerando ter sido cumprida com suficiente êxito a tarefa de expor as fragilidades do esquema conceitual esculpido no âmbito das teorias gerais do cinema, a questão passa a ser: se muito leva a crer que o esquema não funciona, por quais motivos ele permanece vivo até hoje como ferramenta de avaliação do valor da música de um filme? É útil, nesse ponto, examinar a tensão entre gosto pessoal e juízo de valor à luz do pensamento de Pareyson, assim como a noção de um valor artístico construído no interior de um campo de luta por capital simbólico, com Bourdieu.

### **SOBRE GOSTO, JUÍZO E A CONSTRUÇÃO DO VALOR NO CAMPO**

A avaliação de uma obra expressiva é um misterioso oráculo do gosto ou é juízo universal? Alguns defendem, como mostra Luigi Pareyson, que é impossível uma avaliação universal, uma vez que não é admissível a ideia de um critério monolítico de julgamento. Sob essa perspectiva, não resta senão admitir o relativismo absoluto da sensibilidade pessoal ou do gosto histórico. Decorre daí uma noção de valor mutável de pessoa para pessoa, de época para época, de contexto para contexto, privada de toda e qualquer autoridade que não seja um grau elevado de força difusora ou a adesão a um gosto dominante, incapaz de universalizar-se, a não ser mediante a imposição ilegítima e autoritária de um gosto particular. Em oposição a essa visão, Pareyson aponta para aqueles que afirmam que uma valoração dessa natureza é demasiadamente pessoal, mutável, aleatória e impressionista para que possa pretender estabelecer o valor das obras. Para esses, é necessário um ponto de referência; um critério que permita um maior controle sobre a avaliação, de modo que ela possa ter uma motivação e uma verificação e, por isso, uma comunicabilidade evidente e objetiva. De acordo com essa visão, o critério deve ser um

9 João Máximo se refere à análise realizada no livro *Over tones and Undertones* (BROWN, 1994)

preciso conceito de arte, filosoficamente acertado, isto é, uma categoria universal da beleza. (PAREYSON, 2001, p. 242)

Pareyson faz uma crítica a essa dicotomia alegando que gosto pessoal e juízo universal não são dois modos opostos de conceber e teorizar a valoração estética, mas dois aspectos que não podem ser eliminados da leitura e da crítica de arte:

Com efeito, como podem o leitor e o crítico não ter em conta, por um lado, o próprio gosto? É precisamente do gosto que eles partem para encontrar o acesso à obra, do gosto eles extraem aquela sensibilidade que lhes adverte sobre a presença da poesia, no gosto encontram as condições de congenialidade que os introduz a determinadas formas de arte: o gosto é, com efeito, a espiritualidade de uma pessoa, ou de um período histórico, traduzida numa espera de arte, um modo de ser, viver, pensar, sentir, resolvido num concreto ideal estético, um sistema de idéias, pensamentos, convicções, crenças, aspirações, atitudes, tornado sistema de afinidades eletivas em campo artístico. Portanto, não é pensável que o leitor e o crítico, ao lerem e ao avaliarem a obra de arte, possam despojar-se desta bagagem espiritual e cultural: seria como pretender que eles se privassem da própria personalidade. (PAREYSON, 2001, p. 242-243)

Na essência do pensamento de Pareyson, portanto, está a ideia de que o gosto pessoal é uma importante, se não imprescindível, chave de acesso ao segredo do valor de uma determinada obra. Se compreendido como tal, tão somente, o gosto, “[...] longe de comprometer a exatidão da crítica, atestará a riqueza da arte e da interpretação que se dá a ela”. (PAREYSON, 2001, p. 244) Pareyson entende, entretanto, que não é legítima a crítica que se confia a esse puro gosto, pois considera que o juízo acerca do valor de uma obra não pode ser reduzido à simples declaração de uma preferência subjetiva ou a uma “mera degustação sensual e papilar, mas deve alçar-se ao plano do universal, exprimindo uma valoração imutável e única, onirreconhecível e aceitável por todos”. “Nada mais legítimo do que apresentar as próprias preferências, mas nada menos legítimo do que apresentá-las como juízos”, diz Pareyson (2001, p. 244), argumentando que, se o gosto assume o *status* de critério de avaliação, “os oráculos que dele se seguirão somente terão a presunçosa pretensão

de universalidade, mas no fundo serão apenas preferências pessoais absolutizadas e ilegitimamente universalizadas”. Por outro lado – adverte Pareyson –, a necessária universalidade do juízo não pode ser dada a partir de uma categoria vazia e abstrata, que cada um pensaria em preencher com um gosto pessoal, histórico e ilegitimamente absolutizado:

Com isso se acabaria por habilitar a filosofia a dar uma lei ao crítico de arte, e por isso indiretamente ao artista, coisa que, evidentemente, a filosofia não pode fazer, e por autorizar a crítica a julgar as obras com base num critério externo e pressuposto, coisa que manifestamente a arte não pode tolerar. A universalidade do juízo é, pelo contrário, a própria *validade universal da obra singular*, porque a verdadeira avaliação da obra é a consideração dinâmica que dela se faz, isto é, o confronto da obra tal como é com a obra tal como ela própria queria ser. Este é o juízo mais objetivo e incontestável que se possa imaginar porque é aquele mesmo com que a obra se julga por si, com que o artista se corrige no curso da produção e aprova a obra como produção bem sucedida, com que a obra que chegou a ser como devia ser se aprova no ato de concluir-se: porque, em suma, indica o próprio valor da obra artística. Este é o valor mais único e mais universal que se possa pensar, porque, enquanto respeita a irrepetível singularidade da obra, põe em evidência sua validade universal. (PAREYSON, 2001, p. 244-245)

Pareyson faz ainda uma distinção importante entre interpretação e juízo. Considerando que a leitura e a crítica são, ao mesmo tempo, interpretação e juízo de valor, ele propõe que somente atribuindo o gosto à esfera restrita da interpretação é possível garantir ao juízo seu caráter universal. Segundo Pareyson (2001, p. 245) “A multiplicidade é da interpretação e a unicidade é do juízo. O conceito de uma multiplicidade de juízos é tão contraditório e absurdo quanto o conceito de unicidade de interpretação”. Para Pareyson, o caráter mutável do gosto apenas multiplica as interpretações, sem por isso variar o juízo, de modo que ele não autoriza, de forma alguma, um relativismo que afirme a variabilidade e a multiplicidade da avaliação. Já o juízo pode conservar a sua unicidade e universalidade através da multiplicidade das interpretações, pois ele é objetivo e congênito com a obra, e o objetivo da interpretação é, precisamente, o de colher a obra em si mesma, não apesar, mas através da multiplicidade dos pontos

de vista de onde ela é olhada; e se não há contradição entre a multiplicidade das interpretações e a identidade da obra, não há contradição entre a multiplicidade das interpretações e a unicidade do juízo. Com isto se explica também como a crítica é infinita se bem que o juízo se reduza a uma simples discriminação e indicação de valor:

O fato é que a interpretação é um discurso inexaurível, porque o processo interpretativo é infinito, e infinitas são as novas perspectivas pessoais, e inexaurível é a própria obra; enquanto *o juízo é um discurso breve*, reduzindo-se à própria adequação da obra consigo mesma, ao “está bem” com que o criador aprova a sua obra: no fundo, ele não tem outro conteúdo que não o reconhecimento do valor da arte, e exprime-se totalmente em formulações concisas como as seguintes: *é belo, é bem-sucedido, é uma forma, é uma obra de arte.* (PAREYSON, 2001, p. 246)

As perspectivas de existência de um valor absoluto e “onirreconhecível”, como diz Pareyson, deve, é claro, ser vista com prudência. Se for convocada, por exemplo, a visão do sociólogo Pierre Bourdieu, que vê a questão do valor artístico sob uma perspectiva que insere a obra de arte e o artista em um campo, a ideia de um valor perene e universal da obra artística fica seriamente abalada. A noção de campo pode ser resumida como um sistema social solidamente constituído onde ocorrem lutas concorrenciais, um “lugar” delimitado onde agentes competem por espaço, permanência e domínio, buscando sempre acumular a maior quantidade possível de capital simbólico ou material. Bourdieu flagra, na literatura francesa da segunda metade do século XIX, a gênese do campo artístico tal como hoje o conhecemos. Rompendo com uma tradição de estudos que classifica como “hagiografia literária”, o sociólogo questiona a ilusão da onipotência do gênio, mas longe de aniquilar o criador pela reconstrução das determinações sociais que se exercem sobre ele e de reduzir a obra ao produto de um meio, a análise sociológica que Bourdieu propõe permite descrever e compreender o trabalho específico que o artista precisa realizar, a um só tempo, contra e graças às determinações do campo, para produzir-se como criador, isto é, como sujeito de sua própria criação. Ao evidenciar essa lógica à qual estão submetidos tanto os artistas como as instituições, Bourdieu (1996) apresenta os fundamentos de uma ciência

das obras de arte cujo objeto é, não só, a sua produção material ou o meio onde a obra foi gerada, mas também a própria produção do seu valor.

Investigando políticas das grandes editoras de literatura, catálogos de galerias de arte e discursos críticos, Bourdieu conclui que obras de arte, ao menos a partir da segunda metade de século XIX, devem ser observadas como itens de um mercado de bens simbólicos, no interior do qual toda e qualquer atribuição de valor é contingenciada por estratégias e discursos de legitimação que visam à conquista do direito de existência e de permanência da obra e do artista no campo, assim como a obtenção da maior monta de capital simbólico ou material possível. Sob a perspectiva dessa noção de arte ontologicamente “interessada”, o valor seria tributário cativo de determinações do campo das artes. Pensando dessa forma, tanto os gostos pessoais quanto os juízos de valor sofreriam a ação de forças do campo da produção e do consumo de bens simbólicos.

A questão aqui não é decidir se a razão está ao lado do filósofo ou do sociólogo – que, em verdade, partem de pressupostos de natureza muito diferentes e chegam a conclusões bastante distintas –, mas propor reflexões, com inspiração nos autores citados, que talvez possam ajudar a compreender possíveis motivos da fixação de um determinado modelo de avaliação de música aplicada no cinema. Como foi visto, a julgar pelo estudo realizado, tudo indica que os esquemas conceituais dominantes parecem não resistir a um escrutínio empírico rigoroso, que busque comprovar, no mundo das obras mesmas, a sua real potência como ferramentas de análise. De pronto, a visão do valor como um *constructo* em grande medida determinado por forças em luta por ocupação de espaço em um campo sugere que o “anti-hollywoodianismo” radical dominante no juízo crítico sobre a música dos filmes pode ser, mormente, tributário de estratégias de legitimação de um determinado grupo de críticos e realizadores no campo do cinema do que da constatação da presença de um valor passível de verificação na obra em si mesma.

Não é difícil, da mesma forma, crer na ideia de que o pensamento das grandes teorias gerais do cinema, sobre a música dos filmes, pode ter sido capturado pela armadilha de tentar impor-se às obras atribuindo a um mero – embora absolutamente legítimo – juízo de gosto, o *status* de categoria de valor perene e absoluto. Parece ser bem mais sensato, por

exemplo, aceitar a tese de Robert Bresson (2005, p. 42) de que “[...] a música [de pós-produção] toma todo o espaço e não dá mais valor à imagem à qual ela se junta” como uma manifestação de um gosto ou de uma poética particular, do que concordar que a afirmação de que toda música em todos os filmes “isola o filme da vida do filme” e é “um posante destruidor do real, como álcool ou droga” (BRESSION, 2005, p. 69) pode, de alguma forma, operar como um sistema de atribuição de valor à música de todos os filmes. Quanto a isso, aliás, é suficiente render-se à constatação de que a imensa maioria dos realizadores não concorda com Bresson: muito poucos são os filmes de ficção que não recorrem de algum modo à música de pós-produção.

246

Algumas evidências trazidas à tona pelo confronto entre uma apreciação analítica dos filmes e os discursos sobre eles sugerem, portanto, que a grande teoria do cinema pode ter legislado contingenciada por demais por gostos pessoais e pela necessidade de construção de um espaço simbólico no campo. Deixar-se guiar por esses *constructos* teóricos desencarnados do mundo empírico; deixar-se seduzir pelo enciclopédico vocabulário argumentativo, impede que seja visto que, como a apreciação e a interpretação insistem em revelar, a boa música de cinema não é, de modo algum, privilégio de algumas poucas obras primas produzidas pelo cinema europeu. Ao contrário, uma gigantesca quantidade de programas audiovisuais engenhosos e originais já foi produzida de Lumière aos mais recentes *blockbusters* e vencedores de festivais de variadas tendências. Transcendendo mesmo o campo específico do cinema, não é arriscado afirmar que existe tanta ou mais inteligência, originalidade e poesia na aplicação de música em alguns despreziosos seriados de TV do que nos filmes eleitos pelas grandes teorias como obras modelares de interação música-imagem.

Em sintonia com a visão de Pareyson, para quem a verdadeira avaliação da obra é a consideração dinâmica que dela se faz no confronto da obra tal como é com a obra tal como ela própria queria ser, e com pressupostos da “Poética do Filme”, cremos aqui que uma abordagem da música dos filmes reverente, antes de tudo, à vocação da obra, isto é, aos efeitos programados no filme para serem produzidos no ato de apreciação, pode contribuir para um juízo estético mais rico e menos contaminado pelo gosto pessoal e pelas contingências do campo. Não falamos aqui da

busca de um valor absoluto universal, mas de um valor relativo – bem mais modesto, mas em grande medida verificável –, que pode emergir de uma epifania produzida durante a apreciação de um filme específico, mas deve resistir ao escrutínio analítico imanente rigoroso da obra e sobreviver a debates no território da crítica e a comparações com obras de vocação semelhante. Observar os filmes com uma postura mais empenhada em compreender como os filmes funcionam do que em estabelecer normas de como eles deveriam ser, com base em paradigmas filosóficos, ideológicos ou estéticos pré-fixados, ou seja, com foco naquilo que o filme é e não no que deveria ser, pode, talvez, contribuir para revolver camadas sedimentares que têm assoreado o pensamento sobre a música dos filmes e ajudar a compreender porque a música de alguns filmes tem grande potência de impressionar o gosto e a memória, enquanto outras são esquecidas nas subpastas das coisas banais.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor; EISLER, Hanns. *Composing for the films*. London: Athlone, 1994.
- ANDREW, J. Dudley. *As principais teorias do cinema*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1989.
- BORDWELL, David. Estudos de cinema hoje e as vicissitudes da grande teoria. In: RAMOS, F.P. (Org.). *Teoria contemporânea do cinema*. São Paulo: SENAC, 2005.
- BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- BRENER, Rosinha Spiewak. O vampiro de Dusseldorf: uma sinfonia de ruídos e silêncio. *Mnemocine*. 2009. Disponível em: <<http://www.mnemocine.com.br/index.php/cinema-categoria/29-somcinema/158-mvampiro>>.
- BRESSON, Robert. *Notas sobre o cinematógrafo*. São Paulo: Iluminuras, 2005.
- BROWN, Royal S. *Over tones and Undertones*. Berkeley: University of California, 1994.



- CHION, Michel. *Audiovision*. New York: Columbia University, 1993.
- \_\_\_\_\_. *La música en el cine*. Barcelona: Paidós, 1997.
- ECO, Umberto. *Seis passeios pelos bosques da ficção*. Tradução de Hildegard Feist. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- GOMES, Wilson S. Estratégias de produção de encanto: o alcance contemporâneo da Poética de Aristóteles. *Textos de Cultura e Comunicação*, Salvador, v. 35, p. 99-125, 1996.
- \_\_\_\_\_. La poética del cine y la cuestión del método en el análisis fílmico. *Significação: Revista brasileira de semiótica*, Curitiba, v. 21, p. 85-106, 2004a.
- \_\_\_\_\_. Princípios de poética (com ênfase na poética do cinema). In: PEREIRA, M.; GOMES, R.; FIGUEIREDO, V (Org.). *Comunicação, representação e práticas sociais*. Rio de Janeiro: PUC, 2004b, p. 93-125.
- GORBMAN, Claudia. *Unheard Melodies: narrative film music*. London: BFI, 1987.
- JAUBERT, Maurice. Music on the screen. In: DAVY, Charles (Ed.). *Footnotes to the film*. Nova Iorque: Arno Press, 1970.
- LACK, Russell. *La música en el cine*. Madrid: Cátedra, 1999.
- LONDON, Kurt. *Film music*. London: Arno, 1970.
- MÁXIMO, João. *A música no cinema*. Rio de Janeiro: Rocco, 2004.
- MITRY, Jean. *The aesthetics and psychology of the cinema*. Bloomington: Indiana University, 2000.
- NUNES, Eduardo. O cinema como música. *Cinemais*, Rio de Janeiro, n.10, 1998.
- O GLOBO. Rio de Janeiro. Caderno 2, p. 2, 10 mai. 2007.
- PAREYSON, Luigi. *Os problemas da estética*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- ROSA, Ronel Alberti da. *Música e mitologia do cinema*. Ijuí, Rio Grande do Sul: Unijuí, 2003.
- SABENEEV, Leonid. *Music for the films*. Illinois: Arno Press, 1978.

## SOBRE OS AUTORES

### *Daniela Zanetti*

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), docente do Programa de pós-graduação em Comunicação e Territorialidades e do curso de Comunicação Social da UFES.

### *Danilo Scaldaferrri*

Mestre e doutorando do Programa de pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

| 249

### *Emilia Valente Galvão*

Mestre e doutoranda do Programa de pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

### *Guilherme Maia*

Professor da Faculdade de Comunicação e do Programa de pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Líder do Grupo de Pesquisa Laboratório de Análise Fílmica - Pepa. Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA.

### *João Senna*

Mestrando no Programa de pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

### *José Francisco Serafim*

Docente do Programa de pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Líder do

Grupo de Pesquisa Análise do filme documentário Nanook. Doutor em Cinema pela Universidade Paris X – Nanterre / França.

*Maria Carmem Jacob de Souza*

Docente do Programa de pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Líder do Grupo de Pesquisa Análise de Teleficção Atevê. Integrante da Rede brasileira de Pesquisadores da ficção televisiva Obitel Brasil-Ba (CETVN/ECA/USP). Pesquisadora do CNPq. Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC – SP).

*Rodrigo Ribeiro Barreto*

250 |

Mestre e doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Professor universitário formado em Comunicação Social-Jornalismo pela UFBA. Integrou o Laboratório de Análise Fílmica Pepa do PosCom/UFBA. Desenvolve pesquisa de pós-doutorado no Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) financiada pela FAPESP.

*Sandra Straccialano Coelho*

Doutoranda do Programa de pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA), com estágio doutoral realizado na *Université Ouest Nanterre la Défense* (bolsista da CAPES – Proc.12231/12-6). Integrante do Grupo de pesquisa Análise do filme documentário Nanook.

*Tatiana Aneas*

Mestre e doutoranda do Programa de pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Professora do Centro Universitário da Bahia – Estácio/FIB.



<b>COLOFÃO</b>	
Formato	17 x 24 cm
Tipografia	Adobe Caslon Pro e Frankfurtgothic
Papel	75 g/m2
Impressão	EDUFBA
Capa e Acabamento	Cartograf
Tiragem	400 exemplares

Qual a contribuição de Pierre Bourdieu para o aprofundamento da compreensão de fenômenos comunicacionais massivos? A coletânea Bourdieu e os estudos de mídia: campo, trajetória e autoria demonstra como o arrazoado do sociólogo francês pode criar sólidas pontes teórico-analíticas entre instâncias básicas do processo comunicativo. Através de auspiciosas interseções entre a materialidade das obras, seus diferentes contextos produtivos e aspectos relativos ao público consumidor, esse livro de interesse originalmente acadêmico amplia – também por conta da variedade das formas artístico-expressivas contempladas – o horizonte de análise de fenômenos caros aos processos de criação na ambiência midiática.

