

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”  
FACULDADE DA ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

LUCAS SANT'ANA NUNES

**O PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS ATRAVÉS DAS LENTES DO  
CINEMA: UM ESTUDO SOBRE SUA IMAGEM E REPRESENTAÇÃO**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

BAURU (SÃO PAULO)

2016

LUCAS SANT'ANA NUNES

**O PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS ATRAVÉS DAS LENTES DO  
CINEMA: UM ESTUDO SOBRE SUA IMAGEM E REPRESENTAÇÃO**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação de Mestrado em Comunicação Midiática, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), para obtenção do título de Mestre em Comunicação sob orientação do Prof. Dr. Claudio Bertolli Filho

BAURU (SÃO PAULO)

2016

Nunes, Lucas Sant'Ana.

O Profissional de Relações Públicas através das lentes do cinema: um estudo sobre sua imagem e representação / Lucas Sant'Ana Nunes, 2016  
106 f.

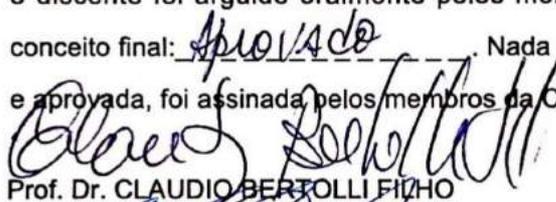
Orientador: Prof. Dr. Claudio Bertolli Filho

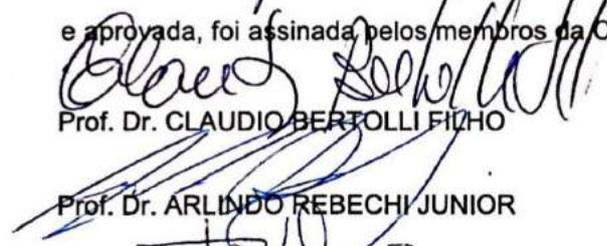
Dissertação (Mestrado)- Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2016

1. Comunicação Midiática. 2. Cinema e representação social. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

**ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE LUCAS SANT'ANA NUNES, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO.**

Aos 18 dias do mês de agosto do ano de 2016, às 14:00 horas, no(a) Sala de Reunião dos Programas de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Prof. Dr. CLAUDIO BERTOLLI FILHO - Orientador(a) do(a) Departamento de Ciências Humanas / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Dr. ARLINDO REBECHI JUNIOR do(a) Departamento de Ciências Humanas / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Professor Doutor ROZINALDO ANTONIO MIANI do(a) Departamento de Comunicação / UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de LUCAS SANT'ANA NUNES, intitulada **O profissional de relações públicas através das lentes do cinema: um estudo sobre sua imagem e representação**. Após a exposição, o discente foi arguido oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: Aprovado. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.

  
Prof. Dr. CLAUDIO BERTOLLI FILHO

  
Prof. Dr. ARLINDO REBECHI JUNIOR

  
Professor Doutor ROZINALDO ANTONIO MIANI

Aos meus queridos e amados avós, Judith e Benedito Cardozo.

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de agradecer a todos os que confiaram e acreditaram no meu potencial, para que eu pudesse chegar até aqui.

Faço um agradecimento especial aos meus queridos e amados avós, Judith e Benedito Cardozo, que sempre me acompanharam e me deram forças para continuar nessa jornada. Eu amo vocês.

Agradeço aos meus irmãos, Felipe e Mariana, por serem tão companheiros e acima de tudo, meus amigos.

Agradeço também à Verônica, minha companheira que sempre me deu forças.

E por fim, deixo meu imenso agradecimento àquele que foi não somente um orientador, mas um amigo e conselheiro para todos os momentos, o Prof. Claudio Bertolli.

À todos vocês, agradeço pela companhia, pela amizade e pelo amor de todos esses anos.

## **RESUMO**

A pesquisa tem o objetivo de descortinar a representação social do profissional de Relações Públicas no cinema, adotando como objeto de estudo narrativas que trazem como personagens centrais o profissional de RP, através de Análise fílmica. Pretende-se, em um primeiro momento, analisar a relação entre cinema, realidade e representação social, verificando como se operam os processos de significação e produção de sentido no cinema, a partir dos estudos de teóricos como Christian Metz. Em seguida, realiza-se a análise de narrativas que tenham personagens relações-públicas em suas tramas, verificando qual a imagem e o posicionamento social assumidos pelos personagens. A partir desta perspectiva, discute-se a imagem e a representação profissional do relações-públicas através das narrativas cinematográficas, valendo-se do conceito e dos processos de Representação Social cunhados por Serge Moscovici. Pretende-se discutir quais são as características atribuídas a este profissional, bem como as dinâmicas sociais que cercam sua profissão no contexto das narrativas cinematográficas.

**Palavras-chave:** Cinema, Relações-públicas, Profissional, Representação, Imagem.

## **ABSTRACT**

The research aims to uncover the social representation of the Public Relations professional in cinema, taking as an object of study the narratives that bring as central characters the PR professional, through filmic analysis. It is intended, at first, to analyze the relation between cinema, reality and social representation, verifying how they operate the processes of production of meaning in film, based on the theories of Christian Metz. Then it is intended to conduct the analysis of narratives that have public relations characters in its plots, checking which image and social position assumed by the characters. From this perspective, it is discussed the image and professional representation of public relations through cinematographic narratives, drawing on the concept of Social Representation coined by Serge Moscovici. It is intended to discuss what are the characteristics attributed to this professional and the social dynamics involving their profession in the context of cinematographic narratives.

**Keywords:** Cinema, Public relations, Professional, Representation, Image.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	11
1. CINEMA, REALIDADE E REPRESENTAÇÃO SOCIAL.....	13
1.1. O Cinema como expressão da vida moderna.....	13
1.2. O Cinema entre sua vocação ficcional e documental.....	15
1.3. Cinema, ilusão e o conceito de “impressão de realidade”.....	17
1.4. O cinema e a reprodução fotográfica da realidade.....	26
1.5. Cinema, identificação e participação afetiva do espectador.....	30
1.6. O processo de montagem e a produção de sentido.....	33
1.7. Cinema e Imaginário Social.....	36
1.8. Cinema e sua Dimensão Ritualística.....	39
1.9. Representações Sociais e sua relação com o Cinema.....	41
2. CINEMA E REPRESENTAÇÃO SOCIAL DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS.....	48
2.1. Relações Públicas e Marketing esportivo através da narrativa de Jerry Maguire (1996).....	51
2.1.1. Informações.....	51
2.1.2. Dinâmica da narrativa.....	52
2.1.3. Pontos de vista.....	53
2.1.4. Cena em destaque do filme.....	55
2.1.5. Considerações a respeito do filme e sua relação com a representação do profissional de Relações Públicas.....	57
2.2. Mera coincidência (1997) e o relações-públicas como mediador entre o governo e a opinião pública.....	60
2.2.1. Informações.....	60
2.2.1. Dinâmica da narrativa.....	61
2.2.3. Pontos de vista.....	62
2.2.4. Cena em destaque do filme.....	63
2.2.5. Considerações a respeito do filme e sua relação com a representação do profissional de Relações Públicas.....	65
2.3. O relações-públicas como assessor de imprensa: análise da narrativa de O Articulador (2002).....	68
2.3.1. Informações.....	68
2.3.2. Dinâmica da narrativa.....	69
2.3.3. Pontos de vista.....	70
2.3.4. Cena em destaque do filme.....	71
2.3.5. Considerações a respeito do filme e sua relação com a representação do profissional de Relações Públicas.....	73
2.4. O profissional de relações públicas na gestão dos públicos de interesse corporativos: análise sobre o filme Obrigado por fumar (2005).....	77
2.4.1. Informações.....	77
2.4.2. Dinâmica da narrativa.....	77
2.4.3. Pontos de vista.....	79
2.4.4. Cena em destaque do filme.....	83
2.4.5. Considerações a respeito do filme e sua relação com a representação do profissional de Relações Públicas.....	84
2.5. Relações Públicas no contexto da estratégia em Marketing Político: análise sobre a narrativa de Tudo pelo poder (2011).....	88
2.5.1. Informações.....	88

2.5.2. Dinâmica da narrativa.....	89
2.5.3. Pontos de vista.....	90
2.5.4. Cena em destaque do filme.....	93
2.5.5. Considerações a respeito do filme e sua relação com a representação do profissional de Relações Públicas.....	94
3. CONSIDERAÇÕES A RESPEITO DA UNIDADE REPRESENTACIONAL DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS NO CINEMA.....	98
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	102
REFERÊNCIAS.....	104

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Plano do filme Jerry Maguire (câmera em contra-plongée para representar os jogadores profissionais de futebol).....	53
Figura 2 - Plano do filme Jerry Maguire (close no rosto do personagem principal)....	54
Figura 3 - Plano do filme Jerry Maguire (início do jogo de futebol americano).....	55
Figura 4 - Plano do filme Jerry Maguire (início do jogo de futebol americano - espectadores).....	56
Figura 5 - Plano do filme Jerry Maguire (cena de tensão sobre o estado de saúde do personagem Rod Tidwell).....	56
Figura 6 - Plano do filme Mera Coincidência (slogan utilizado na campanha eleitoral).....	62
Figura 7 - Plano do filme Mera Coincidência (reunião secreta para gestão da crise de imagem).....	63
Figura 8 - Plano do filme Mera Coincidência (estúdio cinematográfico).....	64
Figura 9 - Plano do filme Mera Coincidência (estúdio cinematográfico).....	64
Figura 10 - Plano do filme O Articulador (primeiro plano do personagem de Eli).....	71
Figura 11 - Plano do filme O Articulador (cena da festa em que Eli e Jilli participam).....	72
Figura 12 - Plano do filme O Articulador (cena da festa em que Eli e Jilli participam, detalhe do cenário).....	72
Figura 13 - Plano do filme Obrigado por fumar (composição das cores no plano).....	80
Figura 14 - Plano do filme Obrigado por fumar (metáfora visual).....	80
Figura 15 - Plano do filme Obrigado por fumar (metáfora visual nos planos do restaurante).....	81
Figura 16 - Plano do filme Obrigado por fumar (metonímia).....	82
Figura 17 - Plano do filme Obrigado por fumar (composição do cenário).....	83
Figura 18 - Plano do filme Obrigado por fumar (composição do cenário).....	84
Figura 19 - Plano do filme Tudo pelo poder (composição das cores do plano).....	91
Figura 20 - Plano do filme Tudo pelo poder (estilização dos cartazes utilizados).....	91
Figura 21 - Plano do filme Tudo pelo poder (utilização de luz e sombra na composição do plano).....	92
Figura 22 - Plano do filme Tudo pelo poder (primeiro plano do personagem principal, Stephen).....	93
Figura 23 - Cartaz do filme Tudo pelo poder.....	95

## INTRODUÇÃO

O Cinema, arte que fascina não somente pela técnica e por sua estética própria, se constitui como um meio que recria os medos, anseios, angústias, desejos e contradições da própria vida em sociedade. Ao projetar na tela um jogo de sombras que se traduz em um universo mítico de sonho e fantasia, o cinema fornece aos indivíduos novos horizontes simbólicos.

A sétima arte passou a oferecer não somente os sonhos que seduzem a tantos espectadores em escala mundial, mas as construções simbólicas que mediam a relação do indivíduo com o mundo. A estética cinematográfica se preocupou, ao longo de décadas de sua existência, em (re)construir um mundo de representações através de imagens que movem-se sobre a tela.

A problemática inicial desta pesquisa recai, portanto, no modo como os meios de comunicação de massa, e em especial o cinema, agem na reprodução, disseminação e legitimação de determinadas representações sociais sobre grupos e indivíduos.

Visto a partir de uma perspectiva que analisa o imaginário social, o cinema reproduz uma visão de mundo, um posicionamento que está no cerne de suas obras e que guia o enquadramento dado às diversas questões que perpassa. Cinema e imaginário social, assim, possuem uma relação íntima e que revela o interesse em transmitir e legitimar determinadas construções simbólicas.

Através desta perspectiva, o objetivo do presente estudo é o de descortinar a representação social do profissional de Relações Públicas em âmbito cinematográfico, adotando como marco teórico os estudos da significação do cinema de Christian Metz, a relação entre cinema e imaginário social, estabelecida por Edgar Morin, e a teoria das representações sociais de Serge Moscovici.

Em suma, foram adotados como objetos de análise, filmes que representam o profissional de relações públicas em suas diversas funções, seja atuando como porta-voz de uma empresa, assessor de imprensa, lobista, diretor de comunicação em uma campanha eleitoral, dentre muitas outras funções possíveis ao amplo leque de atuação profissional das relações públicas. Dessa forma, os filmes escolhidos se constituem das seguintes narrativas: Jerry Maguire (Cameron Crowe, 1996), Mera coincidência (Barry Levinson, 1997), O Articulador (Dan Algrant, 2002), Obrigado por fumar (Jason Reitman, 2005) e Tudo pelo poder (George Clooney, 2011).

A metodologia utilizada é a de análise fílmica, que visa analisar o contexto da narrativa, a relação existente entre cada personagem, o enredo, bem como a própria estética do filme. A seleção de cenas emblemáticas que reiteram os pontos analisados foi importante para que os filmes fossem pesquisados não apenas no aspecto da fala dos personagens, mas também através dos aspectos audiovisuais, de construção de personagens, cenas, movimentos de câmara, montagem e etc.

Discute-se, então, ao longo do estudo as principais representações sociais encontradas a respeito do profissional de relações públicas, avaliando quais construções simbólicas aparecem associadas ao personagem do relações-públicas no filme. Dessa forma, foi possível verificar quais representações são utilizadas para classificar e situar o profissional de relações públicas nas películas.

O objetivo do estudo se constitui em discutir quais são as imagens, estereótipos e construções simbólicas associadas ao profissional de relações públicas no cinema, proporcionando uma atividade reflexiva sobre a maneira como o profissional é representado.

O estudo se compromete a entender, em um primeiro momento, como operam os processos de impressão de realidade no cinema, bem como a participação afetiva do espectador com a narrativa. Em seguida, pretende-se discutir como se reproduzem e legitimam as construções simbólicas, reconstituindo a relação existente entre cinema e representação social.

Em seguida, pretende-se analisar os objetos de estudo constituídos a partir dos filmes que compõem o quadro escolhido, discutindo criticamente quais representações sociais são reproduzidas sobre o profissional de relações públicas no cinema.

## 1. CINEMA, REALIDADE E REPRESENTAÇÃO SOCIAL

### 1.1. O Cinema como expressão da vida moderna

O cinema, ao ser analisado por um cuidadoso olhar sócio-histórico, pode ser visto como uma das mais patentes expressões da vida moderna. A obra organizada por Leo Charney e Vanessa R. Schwartz, *O cinema e a invenção da vida moderna*, descreve bem este cenário de mudanças em que surgiu o cinema, através de uma coletânea que reúne diversos artigos sobre o tema. O ponto principal defendido, então, é o de que nenhuma invenção resume as experiências modernas como o próprio cinema:

As transformações da modernidade pós-1870 geraram um clima perceptivo de superestimulação, distração e sensação, caracterizado por Georg Simmel, em 1903, como “o rápido agrupamento de imagens em mudança, a descontinuidade acentuada no alcance de um simples olhar e a imprevisibilidade de impressões impetuosas”. Em meio a esse ambiente de sensações fugazes e distrações efêmeras, críticos e filósofos procuraram identificar a possibilidade de experimentar um instante. Essa experimentação, esses contextos, significou sentir a sua presença, vivendo-o pro completo. O instante existe na medida em que o indivíduo experimenta uma sensação imediata e tangível. (CHARNEY, 2004, p. 317)

O surgimento do cinema deve, então, ser encarado não somente como uma mera invenção, mas sim como um desdobramento de uma época em que ocorria uma hiperestimulação perceptiva da sociedade, um período de mudanças, descontinuidades, imprevisibilidade e fragmentação, características frequentemente associadas à modernidade.

A modernidade pode ser entendida também como uma época abundante em seus estímulos visuais. As experiências individuais e subjetivas e os choques perceptivos do meio urbano são elementos presentes no cotidiano da vida moderna, basta observar a abundância de imagens, cartazes, jornais, ônibus, trens, letreiros, etc. do ambiente urbano.

O cinema, desde de seu contexto de surgimento, sempre apresentou uma forte identificação com o modo de vida moderno. Por ter se popularizado na Europa, e em especial em Paris, cidade notoriamente famosa por suas atrações culturais e artísticas, o cinema ganhou ares de espetáculo desde seu cenário de origem:

Paris, no último terço do século XIX, havia se transformado no centro europeu da florescente indústria do entretenimento (...) A vida em Paris, pretendo mostrar aqui, tornou-se fortemente identificada com o espetáculo. A vida real era vivenciada

como um show, mas, ao mesmo tempo, os shows tornavam-se cada vez mais parecidos com a vida. (SCHWARTZ, 2004, p. 337)

Dessa forma, além do próprio contexto de surgimento do cinema, que tinha o espetáculo como um dos cerne de sua origem e de seus desdobramentos, o cinema pode ser visto como uma mistura de experiências já presentes na vida cotidiana, mas que foram combinadas e deram origem à experiência cinematográfica: “O espetáculo e a narrativa estavam inseparavelmente ligados na florescente cultura de massa de Paris.” (SCHWARTZ, 2004, p. 338)

Neste contexto, os autores elencam seis elementos principais que se colocam como características que permitem entender o cenário de origem do cinema:

O surgimento de uma cultura urbana metropolitana que levou a novas formas de entretenimento e lazer; a centralidade correspondente do corpo como o local da visão atenção e estimulação; o reconhecimento de um público, multidão ou audiência de massa que subordinou a resposta individual à coletividade; o impulso para definir, fixar e representar instantes isolados em face das distrações e sensações da modernidade, um anseio que perpassou o impressionismo e a fotografia e chegou até o cinema; a indistinção cada vez maior da linha entre a realidade e suas representações; e o salto havido na cultura comercial e nos desejos do consumidor que estimulou e produziu novas formas de diversão. (CHARNEY; SCHWARTZ, 2004, p.19)

Através desta proposição, um conjunto de fatores, como as grandes mudanças tecnológicas e sociais ocorridas no fim do século XIX, a industrialização, a rápida urbanização e crescimento populacional, a proliferação de novas tecnologias e meios de transporte, a saturação do capitalismo, o surgimento de uma cultura de massa, a origem de uma racionalidade instrumental, em que o mundo passou a ser percebido através da ciência e da técnica, são características que certamente contribuíram para construir um cenário propício para o surgimento do cinema.

Pode-se entender que o cinema foi também uma fonte de sensações, pois seu surgimento trouxe uma série de imagens inovadoras e “cenas reais”, como os filmes produzidos pelos irmãos Lumière que mostravam a saída de trabalhadores das fábricas ou a chegada de trens em uma estação. O cinema se tornou um veículo que transmitia velocidade, simultaneidade, choques visuais e sensações novas, que ainda não haviam sido experimentadas pelo público em uma escala tão impressionante.

O ritmo rápido das cenas, suas sequências de planos de ação, sua fragmentação visual são novidades que proporcionaram ao espectador uma nova experiência perceptiva e que

podem ser colocados em perspectiva com os traços da modernidade, devido ao seu ritmo intenso, sua fragmentação e suas transformações.

## **1.2. O Cinema entre sua vocação ficcional e documental**

O início do cinema remonta ao final do século XIX, tendo como seus precursores os irmãos Lumière. Em uma das primeiras exposições de cinema que se tem notícia, no dia 28 de dezembro de 1895 no Grand Café em Paris, e ainda que não tenham sido os primeiros, já que dois meses antes da famosa apresentação do cinematógrafo Lumière, os irmãos Max e Emil Skladanowsky fizeram uma exibição de 15 minutos do bioscópio, seu sistema de projeção de filmes, num grande teatro de vaudeville em Berlim, Auguste e Louis Lumière são os que acabaram ganhando fama com o invento. (CESARINO COSTA, 2006, p. 11)

Enquanto os irmãos Lumière faziam pequenos filmes em um formato ainda rudimentar de documentário, como *A Chegada do Trem à Estação de Ciostat* ou então *A Saída dos Operários das Usinas Lumière*, Georges Méliès, um outro cineasta e entusiasta do início do cinema, desenvolvia seus filmes de fantasia, adotando procedimentos de ilusionismo e mágica, que representavam os efeitos especiais da época, em obras como *Viagem à Lua*, sua narrativa possivelmente mais conhecida.

Dessa forma, a partir de então, iniciava-se aquilo que se tornariam dois grandes modelos de produção cinematográfica. De um lado, o estilo documental, que pretendia retratar e captar a realidade, ainda que levando-se em conta os desafios colocados nesta proposição, e de outro, a vocação ficcional do cinema, onde as narrativas prometiam dar asas à imaginação humana e projetar seus sonhos e ilusões nas telas do cinema.

A partir desta perspectiva, a dicotomia entre o formalismo e o realismo remonta as diferenças entre Méliès e os Lumière, contrapondo elementos como a diegese (discurso) e a mimese (imitação), o que resultaria no embate entre a narração/representação (opacidade) e a reprodução (transparência).

Ao colocar em perspectiva as teorias realistas de André Bazin com as teorias formalistas de Sergei Eisenstein, verifica-se uma contraposição entre um cinema que apela para a mimese e outro que se utiliza do intervencionismo.

Eisenstein adotava a perspectiva de utilizar da montagem como um dos recursos principais de intervenção na narrativa cinematográfica, conferindo o significado a partir do encadeamento de planos e cenas.

Para Eisenstein, a montagem determinaria a organização do material filmado de modo a construir o objeto do filme e, portanto, teria um papel fundamental na constituição e na produção de sentido, através do choque entre as imagens nos planos:

A imagem é uma “unidade complexa” constituída por uma unidade de planos montados de modo a ultrapassar o nível denotativo e propor uma significação, um valor específico para determinado momento, objeto ou personagem do filme. (XAVIER, 2005, p.131)

Eisenstein, formalista, via o cinema como um instrumento de transformação social, de mudança e principalmente como um dispositivo de tomada de consciência pelo povo. Mediante tal proposição, o artista e, neste caso, o cineasta seria como um dos pilares de uma nova sociedade pós-revolução.

Dessa forma, Eisenstein tem como projeto a construção de um cinema comprometido com causas sociais, um cinema revolucionário, preocupado em transmitir essa carga simbólica ao povo e utilizar de sua arte para promover os ideais em que acreditava.

Já Bazin parte de uma perspectiva oposta, pregando, na visão de Ismail Xavier, uma “não-intervenção” no ritmo do filme, deixando que este lhe revele seu próprio sentido:

Metz estabelece uma relação oblíqua com Bazin: aceita a interpretação deste em relação à história da narração cinematográfica (progresso rumo à não manipulação da imagem) e assume a estética da imagem contínua e da narração que não faz uso de símbolos, deixando que o real revele seu sentido imanente. (XAVIER, 2005, p. 139)

Bazin, um dos representantes do realismo, estrutura sua linha de pensamento a respeito da reprodução fotográfica como a unidade espacial dos acontecimentos, dentro de uma dimensão ontológica e estética que prescindiria da montagem. O sentido, então, seria revelado pelas próprias imagens, não dependendo de nenhum outro recurso cinematográfico para se manifestar em sua plenitude.

Bazin, portanto, possui uma relação bastante peculiar com as artes plásticas, retomando a discussão em torno da ontologia da imagem fotográfica ao falar da realidade. Seu ponto de partida é a necessidade humana de se defender dos efeitos do tempo, encontrando na fotografia e no cinema uma forma de preservar a imagem, já que a fotografia se beneficia fortemente da “transferência de realidade da coisa para a sua reprodução” (BAZIN, 2014, p.32).

Nas palavras de Bazin, o cinema conseguirá então captar o tempo transcorrido:

Nessa perspectiva, o cinema vem a ser a consecução no tempo da objetividade fotográfica. O filme não se contenta mais em conservar para nós o objeto lacrado no instante, como no âmbar o corpo intacto dos insetos de uma era extinta – ele livra a arte barroca de sua catalepsia convulsiva. Pela primeira vez, a imagem das coisas é também a de sua duração. (BAZIN, 2014, p. 32-33)

Assim, a produção de tais imagens resultaria em uma ligação ontológica e impessoal com o objeto cinematográfico, o que, em sua visão, se tornaria algo como a representação total da realidade.

Adventos como o cinema sonoro e a cores representaram sinais que fizeram com que o mito do cinema total continuasse em voga na perspectiva de Bazin, em direção aos avanços tecnológicos que poderiam proporcionar ainda mais autenticidade para o cinema.

Bazin defende, assim, um não-intervencionismo como uma das condições essenciais para a realização do cinema, pois os fragmentos originados pela montagem impossibilitariam a visualização e a apreensão do real na tela.

Dessa forma, a credibilidade do cinema, na perspectiva de Bazin, reside em seu valor documental, em que os acontecimentos são parcialmente verdadeiros (BAZIN, 2014, p.89). A autenticidade da experiência cinematográfica dependeria então de acreditarmos de fato nas representações expostas na tela.

Em síntese, enquanto Eisenstein propõe a quebra da narrativa através de sua montagem e da atribuição de significado por intermédio dos encadeamentos dos planos e cenas da narrativa, Bazin defende a imersão na realidade do filme através de sua transparência, perspectivas que denotam um dos maiores embates no entendimento do cinema.

Tais proposições, que ainda possuem grande validade teórica nos estudos sobre cinema, se configuram como discussões que continuam a render interessantes debates sobre o tema, valendo-se de duas perspectivas distintas e por vezes opostas. Pretende-se, mais adiante, discutir ambas as questões, tanto sobre a montagem do filme na produção de sentido de sua narrativa, como nos processos que conferem uma impressão de realidade aos espectadores cinematográficos.

### **1.3. Cinema, ilusão e o conceito de “impressão de realidade”**

O cinema traz expressivos desdobramentos culturais para a vida cotidiana, fomentando o universo simbólico no qual se baseiam as opiniões de indivíduos,

comportamentos, estereótipos e até mesmo relações sociais. O Cinema ocupa uma posição privilegiada de agente no sistema cultural. (ORTNER, 2007, p. 576)

Visto como um espetáculo que se constrói através de imagens em movimento expostas nas telas e que fornecem um retrato ético, moral e social de um determinado período histórico, o cinema pode até mesmo se constituir como referência para as narrativas pessoais dos indivíduos, uma vez que se insere em uma lógica onde o espectador vive a trama como uma experiência real.

Diversas teorias foram elaboradas com a proposta de desvendar como se operam os processos de produção de sentido no cinema, bem como as representações cinematográficas afetam a forma pela qual o espectador vê o mundo. A significação ocupa um papel de destaque nas discussões acadêmicas sobre cinema, do mesmo modo como o público extrai e utiliza os quadros simbólicos de referência que são fornecidos através da imagem em movimento.

Destarte, os limites entre o encenado e o vivido na concretude cotidiana tendem a se tornar mais fluidos, já que os procedimentos cinematográficos resultam em uma ‘impressão de realidade’ que deve ser assumida pelo público (METZ, 2012, p. 16).

O cinema, visto como construção simbólica, passa a efetuar uma operação de caráter ideológico que permite guiar o sistema cultural através de representações sociais, que por sua vez fornecem as bases para estruturar cognitivamente os comportamentos individuais e coletivos.

O cinema não representa somente o espetáculo que fascina mundialmente cada vez mais apreciadores, mas uma realização de ordem ético-moral que permite trazer às telas elementos dinamizadores da cultura, quanto recriações da própria cultura, de modo a (re)construir o imaginário social que permeia as relações entre os indivíduos (MORIN, 1977).

Edgar Morin (1977), em seus estudos sobre o Cinema, elaborou uma perspectiva social e cultural da construção do imaginário coletivo, descrevendo a linguagem cinematográfica de maneira poética e traçando um paralelo com a invenção da aviação, que foi contemporânea à invenção do próprio Cinema, datando seu surgimento no final do século XIX e início do século XX.

O ponto de vista de Morin sugere que, enquanto o avião deu asas ao corpo, fazendo com que o indivíduo possa cobrir distâncias antes nunca imaginadas, o cinema deu asas à imaginação e aos sonhos do ser humano, fazendo com que a fantasia e o sonho pudessem se materializar na realidade.

Tal relação seria imprescindível para se entender como o *homo demens*, ligado ao sonho, à fantasia e à imaginação se materializou através do *homo faber*, ligado à produção de artefatos e ferramentas, operação realizada pelo cinema. A discussão traz à tona como o cinema consegue tornar concreto o imaginário e a cultura através de sua linguagem, recriando nas telas as contradições que encontramos na própria sociedade.

O Cinema, enquanto construção simbólica humana, pode ser traduzido em diversas formas e visto sob muitas perspectivas. Pode-se analisar o Cinema como meio de comunicação, como indústria cultural, como mecanismo de reprodução, como técnica, como arte e até mesmo como fábrica de sonhos e ilusões.

Em vista disso, o fazer cinematográfico ganha um caráter ambivalente em que suas emanções podem ser entendidas tanto como um mecanismo de representações, como uma invenção bastante característica da era moderna, além de se constituir como indústria cinematográfica, forma de divertimento e distração das massas e até mesmo como arte.

Contudo, nesta pesquisa, adota-se a perspectiva que coloca o Cinema como uma linguagem audiovisual capaz de gerar uma impressão de realidade que deve ser assumida pelo público, reproduzindo o imaginário social e construindo elaborações cognitivas nos espectadores, que podem influenciar na formação de sua visão de mundo. O ponto central é como os processos de construção simbólica e produção de sentido são realizados, haja visto os profundos impactos que o cinema ocasiona na vida cotidiana e social.

A impressão de realidade no cinema, mediante esta perspectiva, se torna um fato singular, quando analisa-se a linguagem cinematográfica do ponto de vista da representação, uma vez que mais do que um quadro, um romance e até mesmo uma fotografia, o filme projeta um sentimento de participação no espectador que o leva a vivenciar a obra como uma experiência quase real.

Através deste mecanismo, o cinema conquista de maneira imediata a credibilidade e a verossimilhança junto ao público, levando a assumir este “ar de realidade” como um procedimento psicológico que ocorre quando assiste-se desde filmes maravilhosos ou insólitos até filmes que possuem uma ênfase realista (METZ, 2012, p.17).

As discussões teóricas sobre o Cinema, enquanto meio de comunicação que reproduz universos simbólicos que tentam recriar ou representar a realidade, são debates muito bem desenvolvidos no campo sociológico e estético. Ismail Xavier (2005) aponta em suas obras como o cinema é capaz de reproduzir imagens que criam uma “impressão de realidade” nos indivíduos, gerada através de seus mecanismos de produção de sentido:

Se já é um fato tradicional a celebração do “realismo” da imagem fotográfica, tal celebração é muito mais intensa no caso do cinema, dado o desenvolvimento temporal de sua imagem, capaz de reproduzir, não só mais uma propriedade do mundo visível, mas justamente uma propriedade essencial à natureza – o movimento. O aumento do coeficiente de fidelidade e a multiplicação enorme do poder de ilusão estabelecidas graças a esta reprodução do movimento dos objetos suscitaram reações imediatas e reflexões detidas. (XAVIER, 2005, p.18)

Através deste contexto, o espectador é levado à experiência cinematográfica de modo que a vivência do filme se torne uma experiência em si mesma, fixando os limites entre o real e o encenado nas telas do cinema. As bordas da tela, portanto, são aquilo que separam o filme do universo plenamente real, as fronteiras que delimitam estes dois mundos.

Porém é interessante observar que através da experiência narrativa do cinema, tais limites se tornam fluidos e o espectador é levado a ignorá-los, como descreve Dudley Andrew em sua obra *As Principais Teorias do Cinema*, que fornece posições conceituais de diversos teóricos do cinema, ainda que adotando uma perspectiva diferente da de Metz, mas estudando questões como a tensão entre expressão e representação nos filmes; a matéria-prima usada para a criação das obras cinematográficas; as posições teóricas sobre os recursos técnicos como a montagem, fotografia, o som; a forma do filme; as vocações e capacidades formativas e realistas do cinema; as questões da significação e da experiência, entre outras.

Andrew afirma:

O filme então desliza para sua conclusão moldado de tal forma que se mantém longe do mundo real e nos mantém no que tem sido chamado de estado de “atenção extasiada”. Em vez de tentar usar tal filme, ou mesmo de compreendê-lo, ficamos contentes por percebê-lo em si mesmo, isolado de todo o resto, valioso por si só. (ANDREW, 2002, p.32)

A partir deste mecanismo psicológico, o espectador passa a experimentar um isolamento do mundo ‘real’, vivendo a experiência cinematográfica em total entrega à narrativa, deixando sua mente ser invadida pelos cenários, personagens, cores, iluminação e enredos. Este encantamento com as imagens do cinema é aquilo que faz com que o espectador contemple o cinema em sua plenitude.

O filme, mediante esta proposição, pode ser visto como um fim em si mesmo, um universo próprio construído a partir de uma matéria-prima baseada na realidade, mas que leva o espectador a se isolar de sua própria vida, suas preocupações e problemas para experimentar uma dócil entrega e devoção à narrativa que está assistindo e - por que não - vivenciando.

Dessa forma, pode-se entender o processo de produção de sentido no cinema como uma construção simbólica através de uma sucessão de imagens que estabelece um sintagma (METZ, 2012, p.51), o que pode ser entendido como o “espírito manipulador” do Cinema, pelo qual o espectador é induzido a assumir uma determinada sequência lógica de acordo com as imagens expostas na tela.

De maneira geral, o Cinema atua em uma lógica que o permite reproduzir e privilegiar certas representações sociais que reiteram seu posicionamento enquanto indústria e meio de comunicação, fazendo com que a realidade seja explicada através de um ponto de vista que particulariza determinadas representações sociais, retratando objetos, sujeitos e grupos sociais de acordo com seus interesses e visões de mundo.

Sob esta perspectiva, nenhuma imagem, plano ou cena pode ser entendida como algo gratuito ou desprovido de propósito na narrativa cinematográfica, uma vez que carrega em si uma série de proposições ideológicas que apresentam determinados interesses e representações sociais que atuam em um contexto onde o espectador é levado a creditá-los como reais e, mais do que isso, a se identificar com tais construções simbólicas.

À vista disso, pode-se constatar que o processo de identificação com um filme é antes de tudo um processo de identificação com uma determinada visão de mundo. Logo, o imaginário social carrega um papel vital no processo de participação afetiva do público, pois este só se sentirá identificado com a narrativa ao passo que compartilhe de antemão os valores expostos na tela ou seja seduzido pela argumentação no processo de narração fílmica.

O efeito de impressão de realidade não se dá somente no plano psicológico, mas também sob o aspecto narrativo. Em outras palavras, não basta que ocorra o processo de participação do espectador frente à narrativa que lhe é projetada nas telas do cinema, mas antes, é preciso que a narrativa saiba proporcionar os elementos necessários para criar uma atmosfera de verossimilhança que permita encarar a história como um acontecimento real.

As narrativas cinematográficas, ainda que muitas vezes representem temas fantasiosos, acontecimentos que jamais se concretizariam no mundo fora das telas, ou assuntos reconhecidamente ficcionais, devem criar um universo onde não apenas os cenários, personagens e objetos sejam dispostos e representados de maneira naturalista, mas também a *mise-en-scène*, que se refere à configuração espacial da cena representada e a performance dos atores, seus gestos, falas e expressões (XAVIER, 2003), deve ser realizada de modo que transmita uma ideia realista da encenação.

O Cinema pode ser visto não somente como um meio de comunicação que reitera mensagens sob um ponto de vista ideológico, mas antes, um mecanismo tão sutil e complexo que é capaz de levar o espectador a um estado onde sua consciência permite viver a experiência do filme como algo real e retirar de tais narrativas os conhecimentos e visões que mais tarde serão utilizados para novas conexões mentais, conexões que por sua vez servirão de base para formar sua própria visão de mundo.

Ao passo que o cinema recria os anseios dos seres humanos enquanto indivíduos, bem como seus medos e fantasias, também recria o modo de funcionamento da sociedade e suas profundas contradições. O cinema se torna um espaço de reprodução e legitimação de representações e visões de mundo que não se esgota em si mesmo, constituindo-se em tema das conversas cotidianas, das opiniões pessoais e do imaginário coletivo.

Ademais, é preciso levantar o seguinte questionamento: por que se fala em “impressão de realidade” causada pelo cinema? Tal assertiva recai sobre o fato de que a realidade não pode ser capturada e apreendida em sua essência. A realidade é fugidia e escapa às lentes fotográficas e cinematográficas. O que pode ser capturado da realidade é apenas um fragmento, um ponto de vista, uma impressão, já que a realidade está sempre se esvaindo através do tempo.

Pode-se entender, então, que o cinema serve-se da realidade para criar suas narrativas, representando a seu próprio modo esta matéria-prima e lhe conferindo seus contornos e sua estilização. Nenhum autor pode, por consequência, capturar a realidade em seu estado bruto, duplicando-a, mas somente utilizá-la como uma base para construir uma perspectiva da realidade.

Para pensar essa questão, basta levar em conta os documentários, pois mesmo este gênero, que se propõe a ser o mais semelhante possível à realidade, tem que se contentar em apenas representar um recorte da realidade e não a realidade em si mesma. Isso ocorre pois é impossível representar cinematograficamente todos os aspectos de um sujeito, objeto ou assunto, o que inevitavelmente leva os realizadores a fazerem escolhas de como representar.

Para traduzir tal ponto de vista em um exemplo, pode-se imaginar como dez diretores diferentes representariam o mesmo evento, o mesmo contexto sócio-histórico, ou até mesmo a vida de uma pessoa. O resultado seria dez filmes totalmente diferentes, ocasionando uma representação subjetiva da mesma realidade.

A realidade, logo assim, só pode ser representada através de um ponto de vista, através de uma visão de mundo. São, portanto, as representações orientadas pelo imaginário social

que vão determinar como um sujeito ou grupo social será representado e qual seu papel na sociedade.

Ainda a respeito da relação entre o espectador e a impressão de realidade no cinema, Siegfried Kracauer, autor e estudioso alemão que possui uma perspectiva ligada à teoria crítica e à Escola de Frankfurt, vai mais além e afirma que a experiência cinematográfica se constituiria em uma renúncia à realidade "concreta" do cotidiano e um retorno ao universo mitológico, assumindo a fantasia do espetáculo como algo verossímil e real.

Kracauer pauta sua teoria em descrever o processo de racionalização do capitalismo, que seria responsável por fazer com que as obras artísticas e culturais perdessem seu caráter individual para dar lugar a uma massa ornamentada, assemelhando-se às fotografias aéreas de paisagens ou à atuação das *tillergirls*, um famoso grupo de dança britânico, ao que corresponderia também à ordenação da massa nas plateias e tribunas: “O ornamento da massa é o reflexo estético da racionalidade aspirada pelo sistema econômico dominante” (KRACAUER, 2009, p. 95).

Assim, o autor associa a mecanização taylorista, a padronização, o domínio do corpo às produções artísticas de sua época, como na dança, no teatro, na fotografia e no cinema:

A massa organizada nesses movimentos vem das fábricas e dos escritórios; o princípio formal, segundo o qual é moldada, determina-a também na realidade. Se do horizonte do nosso mundo são subtraídos conteúdos significativos da realidade, a arte deve necessariamente trabalhar com os que restaram, pois uma representação estética é de fato tanto mais real quanto menos renuncia àquela realidade que se situa fora da esfera estética. (KRACAUER, 2009, p.95)

O espetáculo, para Kracauer, não se limita ao filme, mas compreende a totalidade da experiência, como "um caleidoscópio ótico e acústico" (KRACAUER, 2009, p. 344). Dessa forma, o cinema é visto como inserido em uma “cultura de distração”, onde os sentidos das massas são estimulados através do jogo de luz e sombra.

Assim, o cinema pode ser analisado como uma negação da razão e um retrocesso à mitologia, já que o espectador é levado a assumir as ilusões constituídas nas telas como uma experiência real, realizando uma abstração racionalista. O cinema poderia ser tido como um ritual onde o espectador renuncia à sua razão para viver na plenitude do sonho e da fantasia, projetados nos enredos dos filmes:

Observado da perspectiva da razão, o ornamento da massa se revela então como *culto mitológico*, que se oculta sob uma indumentária abstrata. Confrontada com a

imediatez concreta de outra representação corporal, a conformidade do ornamento com a razão é, portanto, uma ilusão. (KRACAUER, 2009, p.100)

A experiência cinematográfica em Kracauer pode ser vista como uma tentativa de deixar de lado momentaneamente a esfera da razão e da realidade, adotando e buscando alcançar aquilo que descreve como uma “esfera superior”, através da ilusão: “Dentre as inúmeras tentativas de atingir uma esfera superior, muitas estão propensas a abandonar mais uma vez a racionalidade e o nível de realidade alcançado pelo ornamento da massa.” (KRACAUER, 2009, p. 102)

Tal experiência estética, o jogo de luz e sombra que obedece a padrões geométricos e sequenciais, presente na arte moderna e em especial no cinema, seria aquilo que Kracauer chama de “ornamento da massa”, o que também se desdobra na maneira como os espectadores assistem e participam dos espetáculos cinematográficos, renunciando momentaneamente à sua individualidade e tornando-se parte da “massa” que compõe a plateia.

A participação do espectador no espetáculo cinematográfico, como verificar-se-á mais adiante, ganha ares de mitologia, assumindo características e princípios ritualísticos, ação que provoca um fenômeno tanto de afastamento da realidade como de aproximação das ilusões e sonhos transmitidos pelas narrativas, ganhando o aspecto de impressão de realidade tão característico do cinema.

Ainda sobre este aspecto fantasioso do cinema, a obra *A Grande Arte da Luz e da Sombra*, de Laurent Mannoni, que se mostra como um verdadeiro ensaio sobre a arqueologia do cinema, traz uma perspectiva ao mesmo tempo científica e mitológica das imagens cinematográficas.

A obra de Mannoni observa que a história do cinema, muitas vezes se confunde com a alquimia, o entretenimento, a busca pelo desenvolvimento tecnológico, o universo exótico da projeção das imagens.

Assim, o cinema pode ser entendido como o resultado de uma série de descobertas e invenções, tendo sido desenvolvido pela ação de artistas, cientistas, charlatões, empresários e inventores. A invenção do cinematógrafo, tida como uma verdadeira “corrida do ouro” se transformou em uma disputa de desenvolvimento técnico que culminou na reprodução das imagens em movimento.

No prólogo de sua obra, Laurent Mannoni faz uma interessante assertiva, ao dizer que o sonho de projetar numa parede ou numa tela imagens luminosas e animadas é, na história da humanidade, quase tão antigo quanto o sonho de voar (MANNONI, 2003, p. 27).

Mannoni, então, considera que o cinema não foi uma invenção originária somente da era moderna, mas sim um sonho que a humanidade já cultivava há milhares de anos e que encontrou no final do século XIX e início do século XX a sua materialização através dos avanços tecnológicos:

A maioria dos historiadores geralmente reserva à realização de tal anseio nada mais que uma fatia magra do tempo, mencionando apenas um punhado de técnicos audaciosos: por volta de 1890, Edison, os irmãos Lumière... Com efeito, a invenção do cinema constitui uma verdadeira “jornada às estrelas”. Ela durou vários séculos, e foi balizada por uma multidão de aparelhos extremamente engenhosos, de imagens de uma variedade infinita, indo do popular ao poético. (MANNONI, 2003, p. 27)

Mannoni então, traça um paralelo com as lanternas mágicas, dispositivos rudimentares aos olhos de hoje, mas extremamente sofisticados para a época, sendo inventadas no século XVII por Cristien Huyges. A invenção era vista com ares fantasmagóricos para a sociedade da época, uma vez que as lanternas mágicas eram tidas como dispositivos que combinavam os conhecimentos científicos com as crenças mágicas e os misticismos, representando o que havia de mais refinado em termos de ilusão:

A ilusão é certamente total, a completa escuridão do lugar, a escolha das imagens, a impressionante magia, verdadeiramente apavorante, o encantamento que as acompanha, tudo se conjuga para afetar nossa imaginação e para tomar conta exclusivamente de todos os vossos sentidos observadores. A razão bem vos diz que não passam de fantasmas, de jogos de catóptrica, feitos com arte, conduzidos com astúcia, apresentados com inteligência, mas vosso cérebro excitado não crê senão no que lhe é dado ver, e acreditamos ser transportados a um outro mundo e a outros séculos. (MANNONI, 2003,174)

Dessa forma, os espectadores conciliavam e associavam o aspecto científico das imagens em movimento com o seu aspecto mágico e mitológico. A imagem cinética andava em uma linha tênue entre a ciência e a alquimia, entre a razão e o misticismo, entre o saber e o exótico. Sendo assim, a origem do cinema pode ser vista como um acontecimento que está ligado não somente aos progressos tecnológicos e científicos, mas com a esfera do sonho, da ilusão e da fantasia:

A história da invenção técnica do cinema não abrange apenas pesquisas científicas de laboratório ou investimentos na área industrial, mas também um universo mais exótico, onde se incluem ainda o mediunismo, a fantasmagoria (as projeções de

fantasmas de um Robertson, por exemplo), várias modalidades de espetáculos de massa (os prestidigitadores de feiras e quermesses, o teatro óptico de Reynaud), os fabricantes de brinquedos e adornos de mesa e até mesmo charlatães de todas as espécies. (...) Portanto o que fica reprimido na grande maioria dos discursos históricos sobre o cinema é o que a sociedade reprimiu na própria história do cinema: o devir do mundo dos sonhos, o afloramento do fantasma, a emergência do imaginário e o que ele tem de gratuito, excêntrico e desejante, tudo isso, enfim, que constitui o motor mesmo do movimento invisível que conduz ao cinema. (MACHADO, 1997,15)

As imagens em movimento, então, passaram a ganhar um status que as diferencia do mundo real, ou seja, passaram a ser vistas como um jogo de luzes, sombras, reflexos, cor e movimento, que dançam nas telas do cinema. Ainda que só tenham existência visual, o espectador é inevitavelmente transportado a esse universo de ilusão, participando psicologicamente desse jogo de fantasia e sonho, acreditando nas imagens expostas como imagens reais.

O fenômeno da impressão de realidade no cinema pode ser visto não somente como um fenômeno psicológico, mas um fenômeno social e cultural, já que manifesta o desejo do ser humano de alternar entre a racionalidade e a ilusão, entre a realidade e a fantasia das imagens em movimento.

#### **1.4. O cinema e a reprodução fotográfica da realidade**

O cinema pode ser entendido, em um primeiro momento, como uma sequência de fotografias – ou fotogramas – que são projetados em alta velocidade e que conferem às imagens a impressão de que a representação está ocorrendo naquele exato momento. Cinema e fotografia possuem uma relação íntima que revela o desejo humano de imprimir nas folhas de celulóide o ritmo da vida cotidiana.

No entanto, o desejo do ser humano de registrar a vida social e a natureza através de símbolos se trata de um antigo anseio, que remonta aos tempos das primeiras civilizações e das pinturas rupestres em cavernas, que já representavam cenas de caça, danças, criação de animais e agricultura.

Mediante esta visão, o registro da vida cotidiana e da realidade social é algo que não foi uma invenção recente, mas sim um processo sócio-histórico que se encontra na essência da humanidade, levando em conta seu aspecto social e comunicacional.

Séculos e séculos após o desenvolvimento de artes como a pintura e a escultura, mecanismos sofisticados foram criados e desenvolvidos com o propósito de registrar a

realidade. Assim, a fotografia resultou de um conjunto de descobertas que começou antes de Cristo, desde a criação das primeiras câmaras escuras, até a moderna invenção de lentes cada vez mais poderosas, passando pelos processos químicos que a fotografia pressupõe. A fotografia então surgiu e fascinou a sociedade devido à sua capacidade em registrar e apreender um fragmento da realidade.

A partir disso, não demorou o surgimento de pesquisadores que inventaram aquilo que seria o início do cinema, como Thomas Edison e os irmãos Auguste e Louis Lumière, a partir de mecanismos diferentes que tinham o mesmo princípio: projetar uma série de fotografias em sequência dando a ilusão de movimento para as imagens. Nascia então o cinema.

O Cinema, portanto, pode ser visto como um meio de expressão único, pois opera a partir da representação da realidade de uma maneira nunca antes concebida por outras formas de arte e comunicação:

Mas o que distingue o cinema de todos os outros meios de expressão culturais é o poder excepcional que vem do fato de sua linguagem funcionar a partir da reprodução fotográfica da realidade. Com ele, de fato, são os seres e as próprias coisas que aparecem e falam, dirigem-se aos sentidos e à imaginação: à primeira vista, parece que toda representação (significante) coincide de maneira exata e unívoca com a informação conceitual que veicula (significado). (MARTIN, 2013, p.18)

Pode-se observar que tanto a fotografia e o cinema são maneiras de "capturar" a realidade, de maneira mais ou menos objetiva. Tal questionamento sobre essa objetividade recai sobre o fato de que em ambos os casos a realidade pode ser modulada ou editada, através de diversos mecanismos como luz e sombra, enquadramento, temática, cor, etc.

A fotografia e o cinema, a partir desta visão, carregam a possibilidade de edição da realidade tanto no momento em que está ocorrendo a captura da imagem ou a filmagem, como em um momento posterior, em que se pode alterar a realidade através dos dispositivos encontrados em um estúdio, ainda mais nos tempos atuais em que a tecnologia parece não conhecer limites para recriar a realidade através de sofisticados mecanismos.

Sempre podemos dizer que uma fotografia não é completamente objetiva. Ao tirá-la, o fotógrafo escolhe o tema, o ângulo, a luminosidade, etc. Mas sempre resta algo que não pode ser dominado por ele: a imagem captada não depende totalmente de sua arte, de sua vontade e do significado que pretende lhe dar. Por isso mesmo, as lentes das câmeras fotográficas também são chamadas de "objetivas": porque apreendem algo de maneira objetiva. O cinema funciona de maneira semelhante, com a diferença de que as imagens estão em movimento. Assim quando Lumière nos mostra a saída dos operários de uma de suas fábricas, o que temos diante dos olhos é uma reprodução da realidade. (ARAÚJO, 1995, p. 32)

As teorias sobre cinema são muito prolíficas ao traçar paralelos entre a fotografia e o cinema. Ainda que guardem em si suas diferenças, as suas semelhanças são mais evidentes: compartilham da mesma natureza técnica.

No entanto o que as distingue acaba sendo exatamente o seu efeito temporal, ou seja, enquanto a fotografia diz “isto foi”, o cinema diz “isto é”, criando a ilusão de que o tempo pode ser apreendido através dos dispositivos cinematográficos, ilusão essa ocasionada justamente pelo traço característico que falta em uma delas e fica tão evidente em outra: o movimento.

Em seu famoso ensaio sobre a ontologia da imagem fotográfica, Bazin assinala esta característica tão representativa do cinema através de uma analogia com as máscaras mortuárias das múmias. Através de sua perspectiva, as imagens do cinema representam a tentativa do ser humano de vencer os efeitos do tempo através da preservação de sua aparência: “Pela primeira vez, a imagem das coisas é também a imagem da duração delas, como que uma múmia em mutação” (BAZIN, 2014, p. 32-33).

A imagem em movimento, a partir desta perspectiva, é vista com mais naturalidade e impressão de realidade do que a própria fotografia, pois o movimento dá a ilusão de que os acontecimentos estão ocorrendo naquele momento, o que cria um laço de identificação e participação afetiva com o público que assiste a narrativa cinematográfica.

A realidade, nesse sentido, se revela de maneira peculiar no processo de filmagem, uma vez que existem diretores que preferem capturá-la em filmagens realizadas nas ruas de uma cidade, sem a utilização de roteiros e até mesmo prescindindo de atores profissionais, substituindo-os pela população local e aqueles que preferem realizar todos os processos de encenação a partir de um estúdio, recriando a realidade de maneira naturalista.

A questão intrigante é que, mesmo nos filmes que realizam processos de filmagem em estúdios, o resultado final se manifesta de forma imperceptível mesmo quando comparado à uma filmagem realizada em locações reais, ou melhor dizendo, em locais que transmitem uma atmosfera maior de realidade, uma vez que é possível mostrar a realidade a partir de recursos artificiais, desde que sejam utilizados de maneira naturalista e verossímil.

Tal assertiva sobre a impressão de realidade no cinema, como poderá ser verificado adiante, mostra que o efeito de produzir a aceitação verossímil da narrativa pelo público se dá através da ilusão de realidade proporcionada pelo movimento, um dos fatores mais importantes para que o filme seja visto como uma manifestação do real:

Antes do cinema, havia a fotografia. Entre todas as espécies de imagens, a fotografia era a mais rica em índices de realidade, a única, como notava André Bazin, que nos dava moralmente a garantia absoluta de que os contornos gráficos eram fielmente respeitados, já que a sua representação fora alcançada através de um processo mecânico de duplicação; era assim, de certo modo, o próprio objeto que se imprimiria a si mesmo na película virgem. Mas esse material tão semelhante ainda não o era suficientemente; faltava-lhe o tempo, faltava-lhe uma transposição aceitável do volume, faltava-lhe a sensação do movimento, comumente sentida como sinônimo de vida. O cinema trouxe tudo isso de uma vez só e – suplemento inesperado – não é apenas uma reprodução qualquer, plausível, do movimento, que vimos aparecer, mas o próprio movimento com toda a sua realidade. (METZ, 2012, p.28)

É o movimento, portanto, que cria a ilusão de que a linguagem cinematográfica fala de um “sou eu” que acontece ao mesmo tempo em que as imagens são projetadas na tela, proporcionando um laço afetivo e ao mesmo tempo um ar de verossimilhança, enquanto que a fotografia pode apenas falar de um “isto-foi” que aconteceu em algum determinado momento no passado, mas que jamais se repetirá e que, dessa forma, só pode ser visto através de uma irrealidade-real, criada pela imagem fotográfica.

Ainda com relação ao processo de impressão de realidade proporcionado pelo cinema, pode-se discutir a relação presente entre a encenação dos atores dos filmes em contraposição à encenação de peças teatrais. Enquanto, por um lado, os atores teatrais são muito mais que meras imagens em movimento, mas sim seres feitos de carne e osso, e portanto reais, ainda assim o espetáculo teatral é tido como menos real do que a experiência cinematográfica. Tal fato acontece pois o teatro é encarado muito mais como um jogo onde os atores participam por livre e espontânea vontade do que com um acontecimento plenamente real.

Pode-se dizer, portanto, que o procedimento de impressão de realidade criado pelo cinema, levando-se em consideração a sua ilusão, já que as imagens em movimento são meras representações de algo encenado há algum tempo, diz mais respeito ao investimento de realidade que o próprio público realiza na narrativa cinematográfica do que a qualquer outro mecanismo de recepção. Em outros termos, é o espectador que vai atribuir a impressão de realidade à narrativa, através de mecanismos psicológicos, vivenciando-a como uma experiência real.

O fenômeno da impressão de realidade no cinema, então, se revela como um processo psíquico, como veremos adiante de maneira mais detalhada, uma vez que é o espectador quem vai participar do espetáculo, projetando-se e identificando-se com as imagens expostas, em uma associação psicológica que fala ao cerne de sua identidade.

### **1.5. Cinema, identificação e participação afetiva do espectador**

A identificação do espectador com as imagens expostas na tela, através da linguagem cinematográfica, é um dos mecanismos mais importantes para proporcionar a impressão de realidade que deve ser assumida pelo público, já que é através dessa identificação que o espectador irá se envolver com a narrativa, transcendendo os limites da tela e aceitando a história contada como plenamente verossímil.

Pode-se verificar que o efeito de impressão de realidade no cinema se trata de um processo intimamente ligado ao de participação afetiva do espectador, uma vez que as imagens em movimento, ao ganhar um aspecto de sonho e ao mesmo tempo de verossimilhança se manifestam em uma ordem afetiva:

A magia manifesta (a que ocorre no cinema) é o primeiro desabrochar das potencialidades afetivas. Todos os fenômenos cinematográficos trabalham com os afetos, pois utilizam mecanismos de excitação, que estimulam o lado afetivo do espectador. (LANGIE, 2005, p.38)

Ao adentrar, então, a narrativa, o espectador adentra também o universo imaginário do sonho, da fantasia, do irreal, da imaginação, onde sua mente plenamente, excitada pelas imagens, é levada a pensar sobre as situações expostas na tela. O processo de envolvimento do público para com o filme se torna um desenvolvimento cognitivo, pois à medida em que se adentra o campo imaginário, se adentra também o mundo da subjetividade.

O fenômeno da impressão de realidade no Cinema é sempre uma ocorrência de duas faces: pode-se procurar a explicação no aspecto do objeto percebido ou no aspecto da percepção.

A linguagem cinematográfica, através desta perspectiva, pode ser entendida como um meio de não só criar a impressão de realidade no espectador, mas de fazer como que essa impressão seja carregada de um mecanismo que garante a sua participação, fazendo com que o exposto em tela se traduza em catarse: “O caráter quase mágico da imagem cinematográfica aparece então com toda a clareza: a câmera cria algo mais que uma simples duplicação da realidade.” (MARTIN, 2013, p. 15).

Dessa forma, pode-se entender a representação de um sujeito ou objeto como um fenômeno que, ao mesmo tempo, gera um processo de duplicação do próprio objeto ou sujeito que se assemelha de maneira real e, em contrapartida, um processo de percepção deste objeto ou sujeito através do espectador, que o recria em sua mente.

Mais do que em qualquer outra arte, como a literatura, o teatro, a pintura, a escultura e até mesmo a fotografia, o cinema proporciona ao indivíduo uma experiência que assemelha-se diretamente ao real. Os processos de participação do espectador assumem um caráter perceptivo e afetivo à medida em que a narrativa se desenvolve.

O processo de participação através da identificação com os personagens e cenários expostos na tela se traduz em uma lógica afetiva, onde o espectador passa a se sentir parte da própria narrativa, experimentando sensações e emoções que vivencia em sua própria vida cotidiana, mas que são amplificadas pela experiência do cinema.

O cinema, então, opera a anulação da distância entre o espectador e a narrativa, fato que pode ser considerado idiossincrático, já que nas outras artes o espectador se vê obrigado a manter-se à distância, uma vez que só é possível contemplar o objeto artístico e não vivenciá-lo em sua completude.

Contudo, há que se notar que o conceito de participação do espectador para com a narrativa cinematográfica pode ser visto somente em seu aspecto psíquico e fenomenológico. Em outros termos, o espectador pode se encantar por uma história, aplaudir ou até mesmo vaiar uma película que assiste no cinema, mas jamais terá o poder de interferir no curso da representação cinemática.

O fenômeno da participação dos espectadores se constitui de um processo psicológico que leva o público a estar totalmente suscetível às imagens que lhes são projetadas e, estando momentaneamente impotente de alterar o curso da narrativa através de sua participação, a platéia se vê obrigada a aceitar docilmente as projeções.

Ao isolar o espectador do espetáculo, fato que ocorre somente no cinema, em contraposição ao teatro, onde o espectador tem um poder muito maior em expressar sua participação, o cinema adquire uma dimensão ritualística onde o público é levado a se envolver com toda a sua atenção em um fenômeno de participação, concentrando-se na narrativa em uma sala escura, sentado, admirando as imagens que se traduzem no jogo de sombras cinematográfico.

Através dessa ótica, a imobilidade e a passividade do espectador se contrapõem ao dinamismo e o constante movimento das imagens do cinema, que causam uma impressão no ritmo em que a narrativa é contada: “O espectador de cinema, esse desocupado, é um ser apressado. Ele segue um filme que às vezes pode lhe parecer muito lento, mas que com toda certeza se tornará rápido demais se nele tentar se deter.” (BELLOUR, 1997, p.84)

A apreciação dos filmes em salas de cinema, portanto, se traduz em um efeito que acentua a impressão de realidade do cinema, uma vez que se constitui de uma dimensão ritualística, como veremos de maneira pormenorizada adiante, além de causar a sensação de que o dinamismo da imagem cinematográfica representa a realidade naquele momento, capturando a atenção do público em sua totalidade.

O cinema se utiliza de diversos dispositivos e mecanismos para não somente reter a atenção do espectador e fazê-lo participar do espetáculo, mas também para direcionar as suas emoções, para lhe causar determinadas reações e sensações. No cinema é muito recorrente o uso dos *leitmotifs*, um dos processos que consiste na utilização proposital de um ou mais temas da trilha sonora que se repetem sempre quando algum determinado acontecimento é encenado e se relaciona a uma personagem ou a um determinado assunto.

Através de suas inúmeras técnicas, como os movimentos de câmera, seus enquadramentos, o ritmo das ações que se desenvolvem, os artifícios da montagem, a trilha sonora, uma narrativa pode induzir o público a sentir determinadas emoções pois se consiste em “um sistema que tende a integrar o fluxo do filme no fluxo psíquico do espectador”. (MORIN, 2008, p.161)

Por fim, o processo de identificação e participação não seria um desdobramento da maneira como atuamos em nossas próprias vidas?

Temos uma personalidade de confecção *ready-made*. Vestimo-la como se veste uma roupa e vestimos uma roupa como quem desempenha um papel. Representamos um papel na vida, não só perante os outros, mas também (e sobretudo) perante nós próprios. O vestuário (esse disfarce), o rosto (essa máscara), as palavras (essa convenção), o sentimento da nossa importância (essa comédia), tudo isso alimenta, na vida corrente, esse espetáculo que damos a nós próprios e aos outros, ou seja, *as projeções-identificações imaginárias*. (MORIN, 2008, p.151)

A estrutura que rege os processos de participação e identificação no cinema mostra como a vida cotidiana é permeada pelas influências da estética cinematográfica, ainda que de maneira despercebida. Ao refletir sobre sua própria vida e quando lhe é solicitado fala sobre quem é, o indivíduo o faz de maneira narrativa, estruturando os acontecimentos pessoais e cotidianos em começo, meio e fim e contando sua jornada como a jornada do herói, protótipo inerente a tantas narrativas cinematográficas. Somos, portanto, os protagonistas e heróis de nossas próprias narrativas.

Para Morin, o processo de projeção consiste na libertação do espectador de seus anseios e angústias, assumindo as características do personagem da narrativa e assimilando

seus desejos e contradições. Assim também ocorre a identificação, onde o espectador toma para si as particularidades e traços caracterizantes dos protagonistas em uma lógica afetiva: “(...) logo que o espectador se coloca no lugar do herói do filme, ele começa a se projetar nele, para em seguida se identificar com ele no momento em que se imagina na sua posição para, enfim, assimilá-lo.” (FREITAS, 2003, p.27)

O processo de projeção-identificação se compõe de um fundamento que ocorre em uma via de mão dupla, onde a projeção é um mecanismo que acontece de dentro para fora do indivíduo e a identificação uma razão que se desenvolve de fora para dentro. Se projetar no outro é conferir ao outro as características e atributos presentes no eu, enquanto que se identificar é exatamente o processo inverso, assumir os caracteres simbólicos do outro como sendo do próprio eu.

Assim, o processo de participação afetiva do espectador para com o filme pode ser encarado como um processo fundamentado na própria vida social e que fala ao cerne da identidade do indivíduo. Neste contexto, ao identificar as projeções das imagens do cinema com as da vida real, coloca-se tais construções simbólicas em movimento, dinamizando-as culturalmente.

### **1.6. O processo de montagem e a produção de sentido**

O processo de montagem assume um papel central na construção simbólica do Cinema, pois estabelece a ordem dos planos e dos conjuntos de cenas de um filme, que podem ser vistos como um encadeamento de sintagmas (METZ, 2012, p.51). Os processos de produção de sentido, portanto, seriam realizados através da filmagem e da montagem, que conferem significado às cenas expostas em tela.

Dessa forma, adota-se como principal linha teórica a perspectiva de Christian Metz, pesquisador francês que construiu uma vasta obra sobre cinema e que possui uma corrente teórica intimamente ligada ao estruturalismo francês, partindo de pressupostos que combinam os conhecimentos da semiologia.

Assim, enquanto teóricos clássicos como Kracauer e Bazin se perguntavam “O que é Cinema?”, Metz adota uma proposição diferente, buscando entender como se processa a linguagem cinematográfica. A questão levantada pelos teóricos clássicos passa do cerne do cinema para o entendimento de sua metodologia. Metz passa a perguntar então “O cinema

poderia ser considerado uma linguagem (*langage*)? Ou uma língua (*langue*)?” e principalmente, “Do que é formado o cinema?”.

Nesse contexto, portanto, Metz sugere uma análise daquilo que seria a estrutura da malha do cinema. A princípio Metz esbarrou em questões práticas como ao questionar se era ou não possível recorrer à linguística para analisar um objeto “icônico” como o cinema. Apesar de não ter concluído tal proposição, Metz passou a analisar o cinema como um movimento sociocultural que envolveria diversas etapas, o que impossibilitaria uma análise focada em sua língua ou linguagem.

Através de um de seus principais pressupostos teóricos, Metz construiu aquilo que chamou de “Grande Sintagmática”, como analisa Robert Stam ao analisar a obra de Metz:

Ao movimentar-se de uma imagem a outra, o cinema se transforma em linguagem. Tanto a linguagem como o cinema produzem discurso por meio de operações paradigmáticas e sintagmáticas. A linguagem seleciona e organiza fonemas e morfemas para formar orações; o cinema seleciona e organiza imagens e sons para formar “sintagmas”, isto é, unidades narrativas autônomas nas quais os elementos interagem semanticamente (STAM, 2003, p. 134).

A linguagem audiovisual do cinema pretende, através de sua estrutura sintagmática, estabelecer modos de expressão que realizam enunciados sem recorrer à palavra, isto é, à linguagem verbal. O cinema se ocupa em utilizar uma maneira de expressar textos, comunicando-os através de recursos simbólicos, dentre eles a montagem. O sentido no cinema, bem como os processos de construção simbólica, estão ligados à produção, manipulação e interpretação através das imagens e dos recursos de produção que se dispõem, como os cenários, atores, objetos, etc.

A montagem, ou seja, a maneira como as cenas e os planos estão dispostos e sua sequência no decorrer do filme, desempenha um papel primordial não somente no ritmo do filme, criando sensações de rapidez e lentidão de maneira proposital, mas principalmente no processo de significação da narrativa, uma vez que é a partir desta sequência que o espectador será levado a alguma conclusão sobre o destino dos personagens e os acontecimentos desenvolvidos.

Sergei Eisenstein, renomado cineasta soviético e autor de obras que marcaram pra sempre a história do cinema como *A Greve*, *O Encouraçado Potemkin* e *Outubro*, além de ser um dos primeiros cineastas a se preocupar sobre a importância da montagem na definição de uma obra cinematográfica, estabelecendo aquilo que seria o início de uma teoria da montagem, possui uma visão singular sobre o tema, afirmando que a montagem de um filme é

um processo que consiste basicamente em expor dois ou mais planos e gerar um terceiro referencial, por sua vez simbólico, na mente dos espectadores:

Esta propriedade consiste no fato de que dois pedaços de filme de qualquer tipo, colocados juntos, inevitavelmente criam um novo conceito, uma nova qualidade, que surge da justaposição. (...) Por exemplo, tomemos um túmulo, justaposto a uma mulher de luto chorando ao lado, e dificilmente alguém deixará de concluir: uma viúva. (EISENSTEIN, 2002, p. 14)

Eisenstein, mediante tal perspectiva, tendia a enxergar o processo de montagem como um mecanismo que se assemelha mais a um produto do que uma soma, já que a significação se constitui como um meio pelo qual novos referenciais simbólicos surgem e podem ser interpretados pelo espectador.

Pode-se afirmar, então, que as narrativas cinematográficas adotam procedimentos sintagmáticos que envolvem sequências de planos e cenas para conferir significado a cada um desses trechos e ao próprio filme de uma maneira ampla: “no cinema, os sentidos percebem as atrações, mas o significado cinematográfico só é gerado quando a mente supera a compreensão para prestar atenção à colisão dessas atrações” (ANDREW, 2002, p.53)

A produção de significado seria, destarte, um mecanismo que opera a partir do conflito gerado pelos elementos gráficos dos planos, onde os sentidos dos espectadores são levados a decifrar visualmente as metáforas e atrações visuais, pensando o filme de maneira a considerar seu aspecto isolado, enquanto tira conclusões a respeito de seus planos e cenas, e ao mesmo tempo considerando seu aspecto geral, percebendo como cada símbolo se encaixa na película como um todo.

Tal aspecto intelectual e simbólico da montagem de um filme abre imensas possibilidades criativas aos realizadores, uma vez que é possível utilizar até mesmo partes do cenário e objetos para comunicar uma metáfora visual em que o significado é provocado através do encadeamento dos planos. Tal utilização é algo que pode ser observado nos filmes de grandes autores, pois eles utilizam o cinema de maneira poética, construindo alegorias e metáforas que tornam fértil a dimensão simbólica de um filme.

A montagem, contudo, não se refere somente aos aspectos sintagmáticos da película, ou seja, aos aspectos ligados ao encadeamento de planos e cenas em uma sequência lógica que confere significado, já que segundo o pensamento de Jean Mitry o efeito da montagem pode se ver em ação mesmo quando não existem cortes entre as cenas, como no exemplo do personagem que lê o jornal sentado em um estúdio e então é interrompido por uma flecha flamejante que incendeia as cortinas que estão atrás do intérprete. (ANDREW, 2002, p.157)

A montagem, através deste ponto de vista, vai além das concepções cinemáticas que se referem somente à sequência de planos e passa a incorporar elementos como o desdobramento da narrativa, bem como sua estilização, além do cadenciamento do ritmo que a história irá seguir.

O filme, assim, se torna objeto da utilização do cineasta, que vai lhe conferir significado através de diversos mecanismos sofisticados, onde a realidade se torna a matéria-prima na qual os efeitos de montagem atuarão, bem como a caracterização da narrativa, que vai conferir à realidade um aspecto novo:

O cineasta, assim, tem dois objetos em mente: a realidade e o registro cinemático da realidade. Tem dois objetivos: o registro da realidade através das propriedades básicas de seu instrumento e a revelação dessa realidade através do uso judicioso de todas as propriedades disponíveis ao veículo, incluindo as mais extravagantes. (ANDREW, 2002, p. 97)

A linguagem cinematográfica se configura, então, como uma operação de caráter ideológico pois tem o papel de veicular e reproduzir uma visão de mundo, privilegiando as representações que mais se adequam aos seus propósitos. Segundo Christian Metz (2012, p. 52), “O sentido não basta, precisa acrescentar a significação”.

### **1.7. Cinema e Imaginário Social**

O cinema, ao longo de sua trajetória histórica, sempre apresentou uma relação intimamente ligada ao imaginário social. As mensagens cinematográficas carregam em si, visões de mundo, perspectivas, estereótipos e construções simbólicas que recriam o modo como seus realizadores, autores, diretores, produtores e estúdios cinematográficos concebem o contexto sócio-histórico em que vivem.

As peças fílmicas se traduzem, como verificar-se-á mais adiante, em elementos dinamizadores da cultura e representações dessa própria cultura. Ou seja, ao mesmo tempo em que não pode se analisar um filme desprezando o contexto sócio-cultural onde está inserido, também é impossível afirmar que este não terá impacto ao reproduzir e legitimar determinadas construções simbólicas do período e da sociedade em que está inserido.

Edgar Morin, em seu livro *O Cinema ou o Homem Imaginário*, procura estabelecer a ligação presente entre a arte cinematográfica e o imaginário social construído pela humanidade desde seus primórdios. O ser humano, segundo sua concepção, pode ser visto então através de duas perspectivas: como *homo demens* e *homo faber*.

Enquanto *homo demens*, o indivíduo produz e reproduz o universo de seus deuses, mitos, fantasmas e magias, criando imagens e representações de um mundo de sonho e fantasia que se manifesta através de sua imaginação. Em contrapartida, enquanto *homo faber*, o indivíduo busca a fabricação de ferramentas e a instrumentalização de sua experiência cotidiana, guiando-se através de seu senso prático e produzindo meios técnicos que racionalizem seu modo de vida. O cinema, mediante tal perspectiva seria a intersecção entre os dois universos, pois funcionaria como a materialização do mundo de sonhos, ilusão e fantasia do ser humano.

Poder-se-ia, então, afirmar que o imaginário social é constituído pelas imagens, símbolos, sonhos, mitos, fantasias e ritos que possuem fundamentação afetiva e circulam pelos diferentes grupos sociais através dos processos comunicativos, sejam eles midiáticos ou interpessoais.

As representações que servem como base para nossos pensamentos, opiniões e lembranças, portanto, se vêm inseridas em um contexto onde o imaginário compartilhado pela sociedade acaba se tornando a estrutura que confere densidade às relações sociais:

Assim, os símbolos e mitos podem tornar-se receptores das projeções dos medos, interesses e aspirações, modelando comportamento, condutas e visões de mundo desde que partilhado por pessoas criando uma comunidade de sentido e solidificando uma determinada visão de mundo. (SERBENA, 2003, p.2)

O cinema, então, pode ser visto como um mecanismo que serve de força motriz para a reprodução e legitimação do imaginário social e de suas representações, uma vez que propõe reflexões aos espectadores centrando sua abordagem em temas variados e que abarcam desde os assuntos cotidianos até as indagações filosóficas mais profundas, fomentando o território simbólico onde nascem novas conexões mentais para enxergar a vida.

Todo o real apercebido passa, portanto, pela forma de imagem. Depois, renasce em forma de recordação, isto é, como imagem de imagem. Ora, o cinema, como toda figuração (pintura, desenho) é uma imagem de imagem, mas, como a fotografia, é uma imagem da imagem perceptiva e, melhor do que a fotografia, é uma imagem animada, quer dizer, viva. É enquanto representação de representação viva que o cinema nos convida a refletir sobre o imaginário da realidade e sobre a realidade do imaginário. (MORIN, 1977, p.15-16)

O imaginário, mediante tal visão, pode ser entendido como um dispositivo sofisticado que atua como auxiliar no processo de impressão de realidade causado nos espectadores. Neste sentido, o imaginário social ganha ares milagrosos e que o manifestam dotado de uma natureza simbólica que impressiona e encanta os frequentadores das salas de cinema.

Tal representação do imaginário social, através de narrativas e personagens sedutores, de ações e construções arquetípicas, pode ser vista como um artifício sutil pelo qual a indústria cinematográfica consegue incutir sua refinada argumentação até mesmo em seus espectadores mais atentos e críticos.

A partir desta concepção, o “espírito” do cinema pode ser encarado como um espírito manipulador, um impulso que leva o espectador a superar sua materialidade – a de si mesmo e a do filme enquanto produto - e a mergulhar metafisicamente na narrativa, fazendo com que não existam barreiras entre ele e a tela. O espectador passa, portanto, a mais do que participar do filme, mas a vivê-lo.

O caráter ‘espíritual’ no curso do filme é determinado pelo fato de que o espectador não percebe o momento “materialista”, na medida em que remove o operador, o “foco” (com exceção do iniciado), o projetor, que simbolicamente (e não só fisicamente) estão atrás dele; aliás, o público tende a se pôr em dócil sintonia com a alienação de luz, vento, ar móvel que constitui o “fluxo pneumático” das imagens. Assim como a auréola expressa a natureza interior divina, essas imagens elevam-se a uma potência psíquica que penetra docilmente na alma do espectador, até as zonas mais profundas. (CAVENACCI, 1990, p. 32)

As consequências de tal proposição recaem sobre o entendimento de que o imaginário social passa a ser vivido não somente no momento da projeção e recepção do filme, mas se torna incutido no cotidiano dos indivíduos à medida que estes levam para sua vida social as imagens que lhes foram transmitidas.

O espectador passa a vivenciar e refletir sobre as representações que lhe foram projetadas em seu dia-a-dia, experimentando-as não corporalmente, mas no conjunto de suas dinâmicas psíquicas. As ideias são materializadas, ganham densidade no fazer cinematográfico e voltam a ser ideias à medida que são recebidas pelo público, quando assiste-se a um filme:

Seja no tempo dos Lumière, seja hoje, o real que o cinema reconstitui através da projeção faz parte, ao mesmo tempo, do universo de nossas representações mentais (o simbolismo) e do mundo real. Esse é seu paradoxo: o cinema capta a realidade tal como ela é. Mas, ao fazê-lo, já está nos transportando para o universo da imaginação. (ARAÚJO, 1995, p. 33)

Deve-se entender o cinema, dessarte, como uma emanção da sociedade criada a partir de um contexto. Isto é, para se analisar uma peça filmica é necessário levar em consideração todos os aspectos sócio-históricos em que ela está inserida. Este contexto será peça

fundamental ao determinar como o imaginário social se manifestará e quais representações sociais serão reproduzidas através da narrativa.

Uma película, então, só pode ser vista como um agente dinamizador que coloca em discussão a cultura de uma época, bem como um representação ou recriação dessa própria cultura, guardando em si todas as contradições presentes na sociedade em que foi produzida. O cinema assume uma importância sócio-histórica no sentido de ser um elemento catalizador e dinamizador das representações sociais e do próprio imaginário social.

### **1.8. Cinema e sua dimensão ritualística**

Ao se estabelecer como uma forma artística que se utiliza de uma série de pressupostos sociais e físicos como a organização de uma sala de cinema, levando em conta sua configuração, o modo como a disposição dos espectadores se organiza no espaço e a celebração do espetáculo exposto na tela, o cinema adquire uma dimensão ritualística.

A partir desta visão, frequentar o cinema se traduz em uma forma de participação coletiva e social, onde os espectadores são levados a compartilhar emoções sobre um mesmo objeto artístico, operando um rito de comunicação simbólica em conjunto: “É, portanto, a partir de uma arte generalizada que se pode compreender a estética como faculdade de sentir em comum” (MAFFESOLI, 1996, p.28).

Dito de outra forma, ainda que as pessoas que frequentam e consomem os mesmos filmes no cinema possam não se conhecer e nem compartilhar das mesmas visões de mundo, os espectadores são atraídos coletivamente para contemplar o mesmo filme, o mesmo material artístico. Ou seja, ainda que desconhecidas, as pessoas são atraídas pelo mesmo objeto e se integram coletivamente, vivendo um ritual de celebração no cinema.

Segundo Cavenacci, estudioso italiano que adota uma perspectiva antropológica do cinema, o espetáculo cinematográfico se assemelha a um ritual em que os espectadores são induzidos a celebrar, em silêncio, sentados em suas cadeiras, um espetáculo que acompanha a história de personagens que se contrapõem em uma lógica dialética. Dessa forma, a missa seria uma atividade simbólica que se transubstanciou, ao longo de anos e anos de repetição, na forma cinema:

O protótipo ritual imaginário, posto em conexão com a monótona potência da missa, alcança uma significativa metamorfose cultural em sua atividade simbólica em

transformação. Também nesse caso, a oposição monotonia-transformação, culturalmente produtiva, resolve-se num fortalecimento atualizado do protótipo. O consumo do sempre igual tem na missa a forma ideal que acompanhou a constituição de uma hipo-estrutura caracterial – modelada por séculos de repetição cotidiana daquele “espetáculo” -, desde modos de produção pré-capitalista até a invenção capitalista da “forma cinema”. (CAVENACCI, 1990, p.47)

Assim sendo, pode-se estabelecer um interessante paralelo entre o ritual cristão católico e o cinema, uma vez que ambos possuem os mesmos arquétipos enquanto personagens e elementos – o herói ou anti-herói, o antagonista, o mentor, os inimigos, os desafios, a provação suprema, a ressurreição, a representação do bem e do mal. Tais elementos se combinam nas histórias de maneiras diferentes, mas sempre estão presentes nas narrativas cinematográficas, remetendo à antiga mitologia cristã.

O ritual da missa funcionou como uma espécie de protótipo adequado para a criação e o desenvolvimento sócio-histórico do cinema. Ambos possuem as mesmas estruturas e são sempre iguais, ou seja, se manifestam através da coerção e da repetição, onde o espectador ou o crente já espera o acontecimento de determinados eventos, o que confirma e o tranquiliza a respeito da ordem imutável do universo.

Tanto a missa, enquanto atividade ritualística, como o cinema operam uma “hierarquia do olhar”, em que o crente ou espectador é levado a acompanhar os acontecimentos narrativos do espetáculo perscrutando de maneira atenta o rito que se desenvolve. Quando o padre eleva sua hóstia e seu cálice para santificá-los e consagrá-los perante aos fiéis, eles inclinam suas cabeças de maneira a acompanhar diligentemente o desenrolar do culto. Assim poderíamos imaginar o cinema, pois o que guia a atenção e o olhar do espectador é justamente a hierarquia estabelecida através da *mise-en-scène*, do enquadramento e da montagem, técnicas cinematográficas estabelecidas não pelo padre, mas pelo diretor do filme.

Os rituais se caracterizam por eventos previamente combinados entre os pares e devem acontecer em locais apropriados para que o corpo possa se sentir relaxado e livre dos fardos sociais. Nos ritos, como o cinema, é possível atingir um estado de êxtase e sonho, mesmo que passageiro, onde o participante pode assumir momentaneamente a loucura e a imaginação que normalmente deixa recalcadas devido às suas amarras culturais.

O que dizer então do *star system* que perdurou tantos anos na história do cinema? Os atores se converteram em divindades que ditavam a moda, o comportamento e a sociabilidade dos indivíduos na era clássica do cinema. A existência das estrelas do cinema era realizada em uma lógica mítico-real e se tornou motivo de culto.

Assim como a missa não permite a mimese, o espetáculo cinematográfico também não o permitirá, cabendo aos espectadores a resignada aceitação dos fatos no decorrer da narrativa. Mesmo quando o herói morre, possivelmente para renascer ou se transubstanciar em algo maior – alguma semelhança com a narrativa cristã? – o observador deve aceitar o desfecho doloroso de seu destino de maneira conformada.

Por conseguinte, as narrativas passam a ser estruturadas em uma lógica quaternária, em que o bem e o mal devem estar delimitados, assim como o masculino e o feminino, a luz e a escuridão, Deus e o diabo. Os elementos do filme passam a se estruturar, segundo Cavenacci, em *Pater, Filius, Spiritus e Diabolus*, representando assim a origem de todas as coisas representada através de uma ótica masculina (*Pater*), a individualidade positiva, o Ego, o herói que procura sempre se tornar ou atingir a condição do *Pater (Filius)*, a individualidade negativa, a zona pulsante e rebelde do id (*Diabolus*) e a negação da negação, o elemento feminino e irrefletido, a representação da natureza (*Spiritus*).

Através desta cruz arquetípica de classificação dos elementos ou personagens de um filme as narrativas cinematográficas se desenvolvem, guiando o espectador através do mesmo protótipo ritualístico repetido durante séculos a fio. O cinema, como representação da cultura e seu agente dinamizador, tirou da mitologia cristã os modelos narrativos que regem a diegese em suas obras.

O filme, ainda pode ser visto como um culto em um outro sentido: como um culto do Eu. O ser humano encontrou no cinema um modo de representar e recriar seus medos, angústias, desejos e contradições. Através do cinema os processos de projeção-identificação se tornaram materializados.

Não é a toa que tendemos a ver o cinema como algo mágico, impressionante e encantador, pois essa é justamente a propriedade que constitui os mitos. O caráter mítico-religioso do cinema se revela a partir do uso recorrente dos mesmos símbolos, arquétipos, sinais e outros tantos elementos ritualísticos dos quais se apropriou a partir do contexto cultural.

### **1.9. Representações Sociais e sua relação com o Cinema**

Há que se perguntar: por que estudar academicamente o cinema? Como o cinema influencia outras áreas do conhecimento e da vida social sob seu aspecto sociológico, antropológico e comunicacional? Estudar o cinema é estabelecer e verificar quais conexões

existem entre este campo artístico – e ao mesmo tempo indústria cultural – e os demais campos que permeiam a vida dos indivíduos e grupos sociais.

Quando lhe perguntam: “Que valor possível existe na tentativa de se considerar cientificamente o cinema?, o teórico de cinema deve responder que a esquematização de uma atividade permite-nos relacioná-los aos outros aspectos da nossa vida. Ao descrever uma atividade em termos racionais, podemos discuti-la ao lado de outras atividades esquematizadas, sejam elas racionais ou não. O teórico de cinema deveria ser capaz de discutir seu campo com o linguista ou o filósofo de religião. (ANDREW, 2002, p.15)

Através desta perspectiva, os estudos e pesquisas que se voltam para o cinema adotam procedimentos e técnicas que privilegiam abordagens científicas, adotando determinados recortes de análise e invocando premissas metodológicas para chegar às conclusões mais adequadas ao tema.

Neste estudo, pretende-se analisar como o profissional de Relações Públicas é representado através da linguagem cinematográfica, adotando uma série de filmes que trazem personagens relações-públicas, em diferentes contextos profissionais e que, portanto, carregam indícios das visões da indústria cinematográfica, de seus realizadores e da sociedade sobre a imagem do profissional, como será visto adiante.

Mediante esta proposição de análise, se faz necessária a introdução sobre o tema da representação social, como se desenvolveu tal conceito, quais os impactos das representações sociais para a vida cotidiana, como as representações sociais são reproduzidas e legitimadas na sociedade, como fornecem as bases para fomentar e dinamizar o imaginário coletivo, as opiniões e comportamentos, além da relação existente entre os meios de comunicação – mais especificamente o cinema - e as representações sociais.

Como ponto de partida, é necessário compreender a conceituação e a origem do termo ‘Representação Social’, contextualizando-a. O conceito de Representação Social, cunhado pelo psicólogo social romeno naturalizado francês Serge Moscovici, se trata de uma atualização do conceito de Émile Durkheim de Representação Coletiva. Moscovici, à vista disso, estudou como a psicanálise era representada socialmente e percebida pela população parisiense, trazendo importantes contribuições para algo que se tornou mais tarde uma teoria das Representações Sociais, possibilitando estender o estudo a outras áreas, por diversos autores.

A origem etimológica da palavra representação remonta ao termo latino ‘representare’, que significa ‘fazer presente’ ou ‘apresentar de novo’. Portanto, para fazer presente algo ou alguém é necessário o intermédio de uma representação.

Dessa forma, as representações sociais podem ser definidas como: “uma série de proposições que possibilita que coisas ou pessoas sejam classificadas, que seus caracteres sejam descritos, seus sentimentos e ações sejam explicados e assim por diante.” (MOSCOVICI, 2007, p. 207)

Em outros termos, as representações sociais carregam em si a possibilidade de explicar a realidade aos indivíduos, além de fazer com que as pessoas e grupos possam se situar na sociedade, participando, assim, dos processos de construção identitária. As representações sociais possuem um papel crucial na elaboração de mecanismos de autoimagem e visão social dos grupos ou sujeitos (MOSCOVICI, 2007).

Os indivíduos, portanto, passam a obter quadros de referência para basear suas próprias vidas e comportamentos, sabendo quais práticas são aceitas socialmente. A representação social é um dos mecanismos responsáveis por legitimar aquilo que é aceitável e lícito em um determinado contexto social.

No entanto, como face da mesma moeda, as representações sociais podem alargar as diferenciações entre os grupos sociais, podendo contribuir para causar estereótipos e discriminações, já que são construções simbólicas negociadas culturalmente entre o indivíduo, os grupos sociais e a própria sociedade como um todo, que participam em seus interstícios de relações complexas de poder e de sociabilidade (MOSCOVICI, 2007).

Neste sentido, Jodelet (2001, p. 27) afirma que há quatro características fundamentais no ato da representação social:

- a representação social é sempre representação de alguma coisa (objeto) e de alguém (sujeito);
- a representação social tem com seu objeto uma relação de simbolização (substituindo-o) e de interpretação (conferindo-lhe significações);
- a representação será apresentada como uma forma de saber: de modelização do objeto diretamente legível em diversos suportes linguísticos, comportamentais ou materiais - ela é uma forma de conhecimento;
- qualificar esse saber de prático se refere à experiência a partir da qual ele é produzido, aos contextos e condições em que ele o é e, sobretudo, ao fato de que a representação serve para agir sobre o mundo e o outro.

A realidade social, através desta perspectiva, é vista como um construto no qual se situam pessoas e grupos. Ela se constitui a partir das relações existentes entre estes conjuntos através de sua bagagem cultural, pelos códigos, símbolos e valores ligados à estas vinculações sociais e os processos comunicativos inseridos nesse contexto. Em outros termos, a representação social é aquilo que dá sentido aos eventos cotidianos e práticas sociais (MOSCOVICI, 2007).

Os comportamentos na sociedade são ditados pelas elaborações cognitivas e simbólicas. Destarte, existe uma negociação constante entre o indivíduo e a sociedade, onde as representações sociais e os processos comunicativos assumem uma importância crucial, já que é através dos intercâmbios comunicativos que as representações sociais são estruturadas e transformadas. (MOSCOVICI, 2007).

Há que se evidenciar que quando se fala em Representações Sociais, se fala no plural, ou seja, as representações sobre o mesmo sujeito ou objeto na sociedade serão sempre encontradas em um contexto polifônico, o que certamente denota a complexidade da realidade social. Quando analisa-se, portanto, as representações sociais sobre um determinado grupo social é natural que surjam diversas representações, por vezes até mesmo contraditórias entre si, mas que descrevem os mesmos sujeitos e os situam na sociedade.

As representações sociais se configuram como um importante conceito a ser utilizado pois todas as coisas que nos tocam no mundo social são produtos das representações sociais. Por conseguinte, todas as representações sociais são originadas a partir da realidade social, já que “as representações sociais estão presentes tanto “no mundo”, como “na mente”, e elas devem ser pesquisadas em ambos os contextos.” (FARR, 1994, p.46). Além do fato de que, as representações sociais só podem ser pensadas através de uma perspectiva que leve em conta os aspectos sócio-históricos em que são construídas e reproduzidas:

É precisamente a pluralidade objetiva da vida social que constrói a rede intersubjetiva que constitui a realidade de um tempo e lugar histórico. É na relação triádica entre sujeito-objeto-sujeito que encontraremos tanto a possibilidade da construção simbólica como os limites dessa construção. Porque a cada sujeito que investe o objeto com sentidos a partir do seu lugar particular no tempo e no espaço, compete reconhecer as construções de *outros* sujeitos que também ocupam posições particulares no tempo e no espaço. A significação, portanto, é um ato que tem lugar (e só pode ocorrer) numa rede intersubjetiva, entendida como uma estrutura de relações sociais e institucionais dentro de um processo histórico. (JOVCHELOVITCH, 2002, p. 78).

Nota-se que as representações sociais não são meras reproduções das ideologias dominantes e tampouco são assimiladas de forma acrítica pelos atores sociais. Ao contrário, as representações sociais são resultado de um processo em que o indivíduo participa de maneira ativa e consciente:

Nas ruas, bares, escritórios, hospitais, laboratórios, etc. as pessoas analisam, comentam, formulam “filosofias” espontâneas, não oficiais, que têm um impacto decisivo em suas relações sociais, em suas escolhas, na maneira como eles educam seus filhos, como planejam seu futuro, etc. Os acontecimentos, as ciências e as ideologias apenas lhes fornecem o “alimento para o pensamento”. (MOSCOVICI, 2007, p. 45).

Sob esse viés, pode-se entender que as representações sociais são elementos construídos a partir da teia de significações formada pela cultura, em um contexto onde as relações sociais e os processos comunicativos entre grupos e indivíduos são fenômenos que atuam na legitimação de tais representações. Existe, portanto, um diálogo constante entre as representações sociais veiculadas através dos meios de comunicação de massa e os indivíduos, uma vez que tais representações se vêem permeadas por determinados interesses e pontos de vista.

Assim, há que se considerar o indivíduo como um sujeito que pode manifestar o contexto sócio-histórico de seu tempo, adotando como visão uma sociedade que é formada a partir de uma lógica dialética, em que as representações sociais são disseminadas e ao mesmo tempo remodeladas no interior das trocas sociais e dos processos comunicativos.

A comunicação, então vista como um processo que descreve o

caráter específico das relações humanas que são ou podem ser relações de participação recíproca ou de compreensão (...) Portanto, esse termo vem a ser sinônimo de "coexistência" ou de "vida com os outros" e indica o conjunto dos modos específicos que a coexistência humana pode assumir, contanto que se trate de modos "humanos", isto é, nos quais reste certa possibilidade de participação e de compreensão. (ABBAGNANO, 1998, p. 161)

Assim, a comunicação se trata de um intercâmbio social em que os seus participantes trocam experiências, partilham informações e adotam procedimentos que operam mudanças em suas próprias mentes, influenciando-se mutuamente. Neste sentido, não somente a comunicação interpessoal pode gerar tais remodelações, mas a linguagem escrita, as artes plásticas e cênicas, os meios de comunicação de massa, o cinema.

Neste sentido, os meios de comunicação de massa possuem os seguintes objetivos:

1. Detecção prévia do meio ambiente, com coleta e distribuição de informações;
2. Interpretação e orientação, com seleção e avaliação do material produzido para divulgação;
3. Transmissão de cultura, de valores e normas sociais de uma geração para outra, de membros de um grupo para outro;
4. Entretenimento, atos comunicativos com intenção de distrair ou divertir o receptor. (WRIGHT, 1973, p.147)

Através de tais mecanismos, os meios de comunicação de massa possuem o intuito de construir suas mensagens no sentido de provocar certas atitudes e comportamentos, cristalizando opiniões mediante a construção simbólica, ou seja, a representação que operam.

Os meios de comunicação, por assim dizer, atuam como os mecanismos que apresentam a realidade ao indivíduo e à sociedade de uma forma geral, assumindo um papel essencial para a vida cotidiana: “o que seria viver num mundo sem livros e jornais, sem rádio e televisão, e sem os inúmeros outros meios através dos quais as formas simbólicas são rotineira e continuamente apresentadas a nós” (THOMPSON, 1999, p.219)

Neste sentido, os meios de comunicação de massa possuem um papel de relevância central, uma vez que são utilizados a favor da disseminação de certas representações sociais que representam a ideologia de seus realizadores.

O cinema, neste ponto, assume o papel de privilegiar certas construções simbólicas para retratar a realidade, de forma a construir em seus interstícios processos comunicativos que vão pautar cognitivamente as opiniões e visões de seus espectadores sobre determinados assuntos. O fazer cinematográfico, portanto, carrega uma visão de mundo que é afirmada a todo momento com o intuito de fazer com que seus espectadores reconheçam a verossimilhança nas imagens transmitidas pelas telas do Cinema. (METZ, 2012, p.25).

Tal questão permite entender como o imaginário da sociedade é construído, desconstruído e reconstruído ao longo dos anos através da forma como o cinema influencia o mundo cotidiano. A realidade social passa a estabelecer uma dinâmica de diálogo com o cinema a medida que as representações sociais são apresentadas e reproduzidas através de suas obras.

O cinema, ao substituir um significado que existe na realidade social por uma imagem, vincula a compreensão do indivíduo à uma construção simbólica em que o mesmo é levado a aceitar como verdade. Em suma, compreende-se o cinema através de uma perspectiva dialética, onde o fazer cinematográfico se vê como um elemento difusor e dinamizador de representações sociais, guardando em si a função de legitimar tais representações, além de ser

um elemento que recria a própria cultura, reconstituindo e reproduzindo as representações sociais construídas pelas trocas entre grupos e indivíduos.

As representações sociais, portanto, são marcadas por processos desenhados tanto no sentido da manutenção de certos valores do imaginário social e ao mesmo tempo na inovação e na constante transformação. As representações ligadas tanto à discursos conservadores como progressistas buscam nos meios de comunicação de massa, e em especial no cinema, o espaço de luta pela sua propagação e legitimação como visão de mundo.

## **2. CINEMA E REPRESENTAÇÃO SOCIAL DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

A presente pesquisa apresenta como objetivo descortinar a representação social do profissional de relações públicas no Cinema. O objetivo principal do estudo, portanto, é o de verificar quais as dinâmicas de representação social são construídas e reproduzidas através do cinema quando retratam o profissional de relações públicas.

Pretende-se, então, analisar como o profissional de relações públicas é representado socialmente a partir dos filmes que possuem a temática ligada à profissão, trazendo um recorte de películas que vão desde a década de 1990 até a contemporaneidade, verificando quais construções simbólicas são recorrentes e realizando uma análise fílmica que pretende descortinar como os processos de produção de sentido se constroem em tais filmes.

A seguir, verifica-se a lista de obras cinematográficas que compõem o recorte do objeto de estudo utilizado. O critério para a escolha de tais obras foi pautado em privilegiar aquelas que possuem personagens que são ou desempenham funções de relações públicas, seja em âmbito público, privado, político ou não-governamental, em cada uma das narrativas analisadas.

A construção de categorias de análise foi baseada em critérios que levam em conta o foco da atuação dos profissionais de relações públicas no contexto de cada uma das narrativas. Mediante esta perspectiva, foram construídas as seguintes categorias, que enfocam diferentes visões sobre o amplo leque de atuação da profissão de relações públicas, o que certamente pode contribuir para pluralizar a análise sobre a atividade e mostrar diferentes concepções a partir do mesmo objeto de estudo:

1. Relações Públicas e Marketing esportivo através da narrativa de Jerry Maguire (1996)
2. Mera coincidência (1997) e o relações-públicas como mediador entre o governo e a opinião pública
3. O relações-públicas como assessor de imprensa: análise da narrativa de O articulador (2002)
4. O profissional de relações públicas na gestão dos públicos de interesse corporativos: análise sobre o filme Obrigado por fumar (2005)
5. Relações Públicas no contexto da estratégia em Marketing Político: análise sobre a narrativa de Tudo pelo poder (2011)

A metodologia utilizada se pauta em uma análise filmica a partir de cada uma das narrativas, debatendo quais são as construções simbólicas que atuam na representação do relações-públicas. Assim, a análise se compromete a tecer considerações a respeito da caracterização dos personagens, suas relações de semelhança e oposição, verificando qual o posicionamento assumido pelo relações-públicas na narrativa.

Dessa forma, analisa-se o filme em sua totalidade e não somente no seu código cinematográfico. Os elementos (códigos) não especificamente cinematográficos (figurinos, interpretação dos atores, cenários, etc.) não são menos importantes do que os cinematográficos (movimentos de câmera, decupagem, figuras de transição entre as cenas, montagem, etc.).

Mediante essa proposição, os filmes foram analisados obedecendo o seguinte roteiro, baseado nas obras *Ensaio sobre a análise filmica*, dos autores Vanoye e Goliot-Lété (2012) e *Lendo as imagens do cinema*, de Juliet e Marie (2009), que propõem direcionamentos metodológicos para a análise filmica:

### **I) Informações:**

Título (em português):

Título original:

Ano:

País:

Duração:

Direção:

Distribuição:

Gênero:

Sinopse:

Tema(s) do filme:

### **II) Dinâmica da narrativa:**

Nesta parte, realiza-se uma decomposição da narrativa em partes, sejam elas sequências ou cenas, cujos critérios são estabelecidos pelo próprio contexto da narrativa. A definição desse critério depende do próprio filme (por exemplo, decompor um filme onde o

espaço é importante implica fazer uma decomposição das partes desse filme tendo em conta exteriores e interiores).

Mediante esta perspectiva, um filme pode ser dividido em partes a partir dos seguintes critérios:

- O espaço;
- O tempo;
- As marcas de pontuação (cortes);
- A “coerência”, a lógica narrativa (cada ato gira em torno de um acontecimento ou de uma série de acontecimentos ligados uns aos outros). (VANOYE; GOLIOT-LÉTÉ, 2012, p.119)

### **III) Pontos de vista:**

Quanto aos pontos de vista assumidos, pretende-se discutir aspectos que podem ser trabalhados em três sentidos distintos e que relacionam-se plenamente entre si, ao longo do enredo. São eles, a saber: 1. O sentido visual e sonoro, que permite identificar questões como onde está a câmara em relação aos objetos filmados, quais as características de cada plano, os movimentos de câmara, a utilização das luzes, sombras e cores, quais sons podem ser ouvidos e em quais momentos, a utilização da trilha sonora. 2. O sentido narrativo, verificando quem narra a história, como ela é contada, o modo como se sucedem os acontecimentos a ações e assim por diante. 3. O sentido sequencial, ou seja, como se opera o processo de montagem do filme, onde as sequências de planos e cenas são encadeadas e formam o sentido do filme.

### **IV) Cena em destaque do filme:**

Além de realizar uma análise do filme como um todo, pretende-se também adotar uma cena em destaque do filme que possa servir como parâmetro para analisar o tema principal da narrativa e realizar uma decomposição plano a plano de sua estrutura.

Ainda que seja tarefa difícil a de adotar uma cena em destaque que possa trazer os elementos principais do filme, se faz necessária a análise de sua estrutura sintagmática, como propõe Metz, para que se possa entender melhor como funcionam seus códigos internos de significação.

## **V) Considerações a respeito do filme e sua relação com a representação do profissional de Relações Públicas:**

Através das considerações a respeito de cada filme estudado, pretende-se demonstrar como a análise realizada se relaciona com o objetivo principal desta pesquisa, que é o de verificar qual a representação assumida pelo profissional de relações públicas no cinema.

Se trata, portanto, de uma análise voltada para os aspectos simbólicos que podem ser depreendidos e assumidos através da história do filme, onde identifica-se o papel do relações-públicas, bem como as características que lhes são atribuídas.

### **2.1. Relações Públicas e Marketing esportivo através da narrativa de Jerry Maguire (1996)**

#### **2.1.1. Informações**

Título (em português): Jerry Maguire

Título original: Jerry Maguire

Ano: 1996

País: Estados Unidos da América

Duração: 149 min

Direção: Cameron Crowe

Distribuição: TriStar Pictures

Gênero: Comédia Dramática

Sinopse: Jerry Maguire conta a história do personagem principal homônimo, um relações-públicas da área de marketing esportivo interpretado por Tom Cruise, sendo retratado como um agente esportivo bem-sucedido no ramo. No entanto, o mote inicial do filme surge quando o personagem escreve uma declaração de 25 páginas sugerindo que os agentes atuem com menos clientes, os atletas, e passem a desenvolver um tratamento mais humano para com eles, deixando de lado os lucros e se preocupando com o bem-estar daqueles que sustentam sua atividade.

Tema(s) do filme: Atuação do profissional de marketing e relações públicas no mercado esportivo.

### 2.1.2. Dinâmica da narrativa

Jerry Maguire, mediante seu aspecto narrativo, pode ser segmentado através dos sintagmas:

*Prólogo:* 1 min – Jerry Maguire inicia a narração, em voz *off*, apresentando uma série de jovens esportistas em início de carreira e que serão agenciados pela empresa de marketing esportivo onde trabalha. Jerry apresenta seu local de trabalho e seu cotidiano profissional.

*Ato I.* 6 min – Jerry passa a questionar seu cotidiano profissional e sofre uma crise de consciência, que o leva a redigir um manifesto contra o sistema de valores de sua empresa, defendendo um tratamento mais humano com atletas, clientes e funcionários. O lema defendido por seu manifesto sintetiza-se em "menos clientes, menos dinheiro", com o objetivo de produzir relações mais atenciosas com seus públicos de interesse e deixar a ganância de lado.

*Ato II.* 21 min – Após entregar seu manifesto, Jerry Maguire é demitido. A partir de então, inicia sua carreira como profissional autônomo de marketing esportivo, tendo como cliente apenas Rod Tidwell, um jogador de futebol americano de nível medíocre e Cushman, um jovem jogador promissor.

*Ato III.* 48 min - Jerry descobre que o pai de Cushman assinou um contrato com outro agente, traíndo sua confiança e fazendo com que perdesse um de seus últimos grandes clientes.

*Ato IV.* 53 min – A partir de então, a trama centra seu enfoque principal na relação construída entre Jerry e Rod, sendo ele seu único cliente remanescente, apesar de ser um atleta com baixo desempenho e em final de carreira. A narrativa também passa a focar o relacionamento amoroso entre Jerry e Dorothy, sua antiga assistente, que também abandonou o emprego na agência em solidariedade a Jerry para acompanhá-lo profissionalmente.

*Ato V.* 98 min – Jerry decide se casar com Dorothy.

*Ato final.* 122 min – Com um desempenho excepcional, Rod ajuda seu time a vencer um jogo importante e se consolida como jogador profissional, tornando-se uma celebridade esportiva. O fato, obviamente mostra o sucesso do trabalho de Jerry como seu agente, que volta a se reafirmar profissionalmente.

### 2.1.3. Pontos de vista

O filme Jerry Maguire, logo em seu início, é apresentado e narrado por seu personagem principal, o relações-públicas que desempenha funções de agente de marketing esportivo.

Sua voz *off* apresenta os principais acontecimentos da narrativa, o que dá um caráter cínico e carismático a seu personagem, uma vez que seu cotidiano profissional é apresentado de uma forma que transmite a ideia de que vale tudo no ambiente profissional do marketing esportivo.

Ainda que o filme possa ser considerado apenas mais um *blockbuster*, através da visão de alguns críticos, existem diversos elementos ricos em termos cinematográficos que podem ser analisados. Cameron Crowe, o diretor da narrativa, que antes trabalhava apenas com filmes que tinham como assunto os dilemas adolescentes e de jovens adultos, apresenta em Jerry Maguire, um filme que pode ser considerado mais maduro, tanto em seu aspecto temático como no aspecto da utilização de recursos cinematográficos.

Na narrativa, o realizador se utiliza de diversas inovações técnicas em sua filmografia, passando a fazer uso de elipses, closes e montagem paralela. As cenas esportivas, com o uso de uma câmera em posição contra-plongée, criam uma atmosfera grandiosa do esporte, fazendo com que os atletas sejam vistos quase como heróis e semi-deuses no momento de suas partidas ou atuações esportivas, como se pode observar na Figura 1:

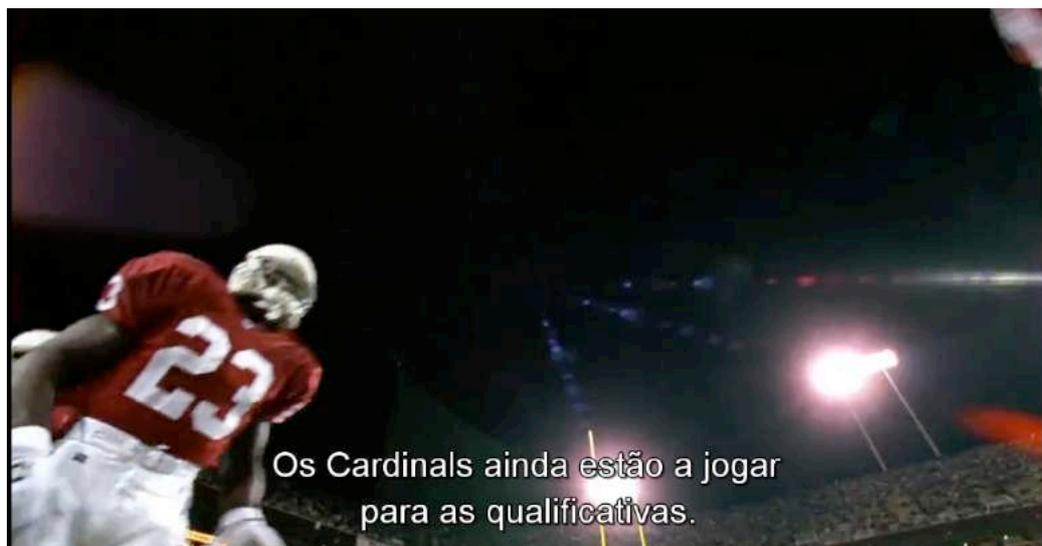


Figura 1 - Plano do filme Jerry Maguire (câmera em contra-plongée para representar os jogadores profissionais de futebol)

Através dos closes, outro recurso bastante utilizado, o diretor evidencia uma ferramenta da qual se vale em sua narrativa, tentando mostrar a grandeza das estrelas que estão presentes no elenco como Tom Cruise, Renée Zellweger e Cuba Gooding jr. Em diversas oportunidades, a câmera mostra seus rostos e expressões faciais em primeiro plano, destacando suas atuações.



Figura 2 - Plano do filme Jerry Maguire (close no rosto do personagem principal)

Já a fotografia da narrativa, pode ser analisada através de dois aspectos diferentes. Na primeira parte do filme, as cores vivas e cintilantes predominam, mostrando o cotidiano profissional de Jerry Maguire como uma badalação ininterrupta em meio aos holofotes que direcionam sua atenção para as estrelas esportivas.

Já na segunda parte do filme, após o personagem principal ser demitido e, portanto, sofrer uma derrota profissional, as cores, antes cintilantes e vivas, dão lugar a tons mais escuros, mostrando o momento psicológico em que o protagonista está inserido.

A trilha sonora também acompanha essa transição, sendo composta basicamente por dois estilos musicais predominantes, o rock e o blues. Em um primeiro momento, na ascensão profissional do personagem principal, o destaque fica para o rock, que confere ao seu cotidiano profissional um ritmo frenético.

Na segunda parte da narrativa, passa a predominar o blues, que evidencia seu declínio e derrota profissional, tons bastante característicos deste estilo musical, em que predomina uma atmosfera triste, melancólica.

A atuação do elenco é outro elemento que merece destaque. Tom Cruise, enquanto

personagem principal, consegue desconstruí-lo e torná-lo mais humano aos olhos do espectador. Já Cuba Gooding Jr., no papel de Rod Tidwell, leva um Oscar por sua atuação no filme, mostrando seu bom trabalho ao representar um personagem agressivo e carismático, deixando sobressair também o seu lado humano, ao final.

#### **2.1.4. Cena em destaque do filme**

Como cena em destaque, evidencia-se a sequência em que o personagem de Rod Tidwell realiza uma jogada épica em um jogo de futebol americano e em seguida sofre um choque com outro jogador, de modo a criar uma tensão sobre o seu estado de saúde, devido ao alto impacto sofrido.

O início da cena, em que os jogadores entram em campo sendo representados como heróis, através de uma câmera que se posiciona em contra-plongée, mostra a expectativa criada em torno do jogo, tanto como uma experiência para os jogadores que estão inseridos nele quanto para os espectadores que o acompanham em um estádio ou pela TV.

A cena cria uma montagem paralela em que a narrativa do jogo se desenvolve paralelamente à tensão dos espectadores que assistem ao jogo. A narração dos planos é realizada pelos próprios narradores esportivos, efeito que acaba por simular uma transmissão esportiva realizada pela TV. Os holofotes estão sobre os jogadores, o espetáculo tem início.



Figura 3 - Plano do filme Jerry Maguire (início do jogo de futebol americano)



Figura 4 - Plano do filme Jerry Maguire (início do jogo de futebol americano - espectadores)

Com o desenrolar do jogo, Rod realiza uma jogada épica, marcando pontos para seu time. No entanto, na mesma jogada, sofre um choque com um jogador adversário e fica inconsciente. A cena simula a visão do próprio Rod, em que ele ainda está desacordado e portanto não consegue ouvir os médicos e jogadores ao seu redor. A cena, que antes tinha a presença da narração esportiva e de música, agora passa ao silêncio total, o que cria um clima de tensão.



Figura 5 - Plano do filme Jerry Maguire (cena de tensão sobre o estado de saúde do personagem Rod Tidwell)

Tal silêncio é rompido por um médico através de suas palmas, bem em frente à Rod, que está deitado no chão. Assim, Rod volta à consciência e ao jogo, se dando conta de que havia feito uma grande jogada.

A utilização da trilha sonora e do som nesta cena do filme é muito interessante, pois, de uma forma geral, a tensão é criada nas narrativas através de músicas e sons que induzem determinadas reações. No entanto, neste caso ocorre o processo inverso, onde predomina a total ausência de som e trilha sonora, o que cria um silêncio total e uma atmosfera de tensão.

A cena, assim, assume uma característica bastante imersiva, ao colocar o posicionamento de câmera vinculado ao olhar do jogador inconsciente, simulando seu atordoamento pelo choque em campo.

#### **2.1.5. Considerações a respeito do filme e sua relação com a representação do profissional de Relações Públicas:**

Jerry Maguire conta a história do personagem principal homônimo, um relações-públicas da área de marketing esportivo interpretado por Tom Cruise, sendo retratado como um agente esportivo bem-sucedido no ramo. No entanto, o mote inicial do filme surge quando o personagem escreve uma declaração de 25 páginas sugerindo que os agentes atuem com menos clientes, os atletas, e passem a desenvolver um tratamento mais humano para com eles, deixando de lado os lucros e se preocupando com o bem-estar daqueles que sustentam sua atividade.

Apesar de contar com a aprovação de seus colegas de trabalho em relação à seu manifesto, sua demissão acontece em um curto espaço de tempo devido à carta e ele começa a perder de uma só vez todos os seus clientes, sendo obrigado a concentrar toda a sua energia e potencial em seu único cliente, um temperamental jogador negro de futebol americano, interpretado por Cuba Gooding Jr., papel que lhe rendeu o Oscar na categoria de ator coadjuvante.

O conflito inicial do filme mostra um profissional que ao mesmo tempo nutria um sentimento de culpa por tratar seus clientes como meros instrumentos para gerar receitas financeiras e o idealismo de um relações-públicas que acredita em relações corporativas mais humanas. É claro que a organização a qual Maguire presta seus serviços decide desprezar tal perspectiva, demitindo-o de prontidão e forçando-o a repensar sua carreira e trajetória profissional.

O universo corporativo da assessoria de imprensa e do mercado de marketing esportivo é retratado na narrativa como um ambiente onde a ganância desmedida e o desejo por cada vez mais poder são inerentes à atuação profissional. O personagem de Jerry Maguire chega a afirmar em uma das cenas: “Eu odeio o meu papel no mundo” (JERRY Maguire, 1996), mostrando seu ressentimento ao reconhecer que apesar de possuir tantos clientes, não se importava realmente com nenhum deles.

O protagonista assume um tom egocêntrico, evidenciado pela narração em voz *over*, feita em primeira pessoa. Assim, Jerry Maguire é retratado como um verdadeiro cafajeste, que costuma mentir, enganar e se beneficiar de seus contatos no meio profissional para conseguir os melhores arranjos contratuais para seus jogadores.

Tom Cruise confere ao personagem uma grande naturalidade em diversos momentos da película, conquistando a plateia através de seu carisma, o que se torna vital para que o espectador torça por seu sucesso profissional e pessoal, mesmo que discorde de seu estilo de atuação e de sua falta de ética.

Logo no início do filme, quando o personagem de Jerry Maguire assume a narração, em uma das primeiras cenas conta a história de diferentes jovens atletas que se tornarão profissionais e serão agenciados por ele. Jerry descreve a si mesmo como “o cara que ninguém vê, o cara dos bastidores”, o que mostra um ponto em comum com as outras narrativas que trazem profissionais de relações públicas, já que são sempre retratados como agentes articuladores que trabalham de maneira subjacente aos processos comunicacionais, construindo cenários e estratégias favoráveis a seus clientes, como será visto adiante, em outras análises.

Pode-se entender Jerry Maguire como um relações-públicas que atua como um agente de marketing esportivo, levando em consideração o fato do personagem utilizar do esporte como ferramenta de comunicação corporativa e institucional.

Dessa forma, pode-se analisar a atuação profissional de Jerry Maguire como uma atividade balizada em promover seus clientes, os atletas que agencia, mediando a relação entre eles e a mídia, além de ser o ponto de contato com empresas e grandes marcas que desejam patrocinar tais atletas e fazer com que suas organizações sejam associadas à eles.

A relação construída com o público, então, se revela no sentido de promover uma imagem positiva de tais atletas, além de gerenciar suas carreiras, aconselhando quais são os melhores contratos com equipes esportivas, patrocinadores e eventos dos quais o atleta pode ou deve participar, de maneira que seus clientes tenham não somente sua saúde e desempenho

físico preservados, afinal estes são seus instrumentos de trabalho, mas também gozem de uma reputação positiva frente à sociedade.

No entanto, em um vídeo gravado por suas ex-namoradas e exibido em sua festa de despedida de solteiro, todas são unânimes em declarar de maneira cômica: “Ele é um agente. Tudo o que faz é mentir” (JERRY Maguire, 1996). Jerry Maguire é visto como um profissional charmoso e persuasivo, mas não se vê amarrado às normas éticas de sua profissão, o que certamente mostra seu caráter impudico.

Apesar das construções simbólicas que o retratam negativamente, Jerry Maguire é visto como o “rei das visitas pessoais”, o “senhor da sala de estar”, expressões que no contexto da narrativa podem ser depreendidas como menções à sua habilidade e competência na comunicação interpessoal, uma vez que possui um talento natural para a persuasão.

O profissional de relações públicas, então, é visto como um agente comunicativo que utiliza de seu poder de convencimento e persuasão para articular cenários positivos para seus clientes, fato que se repetirá em diversas análises de filmes que retratam o profissional de RP, como será observado adiante. Tal característica pode ser tomada como uma constante nas películas analisadas neste trabalho, o que denota um esforço em demarcá-la como um traço diferenciador do profissional de RP.

Em paralelo a Tudo pelo poder (2011), o personagem de Jerry Maguire apresenta um claro apelo às suas características estéticas. No filme, Jerry Maguire é visto como um conquistador, um galanteador que seduz não somente as mulheres mas seus clientes e os profissionais que participam das dinâmicas sociais que cercam sua atividade, como jornalistas e profissionais do âmbito esportivo.

Tal característica pode indicar, mais uma vez, que o profissional de RP deve portar em seus atributos corporais e estéticos, principalmente no que se refere à sua postura e na maneira como se veste, os traços distintivos que o diferenciam e transmitem credibilidade. Assim, o profissional de relações públicas é visto como um sujeito sempre bem vestido e alinhado, o que transmite a ideia de que os fatores estéticos são importantes para a condução da profissão.

Ademais, a relação estabelecida entre Jerry Maguire e seus concorrentes profissionais, agentes esportivos que disputam o agenciamento dos mesmos atletas, pode ser um objeto interessante para análise, uma vez que é uma relação construída sobre nenhum tipo de obrigação moral ou dever ético. O filme transmite a ideia de que “vale tudo” no universo do marketing esportivo e os únicos fatores decisivos de lealdade são pautados somente pelo dinheiro e pela visibilidade midiática.

Por fim, Jerry é visto como um “vendedor”, como é caracterizado em um dos diálogos, ou seja, um profissional que trabalha na promoção, não de um produto, mas de um atleta. Além disso, é classificado como “confiável”, mas é preciso destacar que tal denotação acontece somente em um segundo momento do filme, quando existe uma transformação em seu personagem.

Tal transformação parece ser o ponto principal do filme, já que Jerry passa a se questionar a respeito do tratamento dado a seus clientes, motivo que o levou a tecer seu manifesto, como foi explanado anteriormente. O personagem, então, passa a ter uma perspectiva mais humana sobre as dinâmicas sociais que envolvem sua profissão, procurando proporcionar um tratamento mais digno e atencioso a seus clientes, estratégia que se revela assertiva, uma vez que consegue um bom contrato para Rod Tidwell, seu único cliente, e a possibilidade de agenciar mais atletas após essa virada profissional.

## **2.2. Mera coincidência (1997) e o relações-públicas como mediador entre o governo e a opinião pública**

### **2.2.1. Informações**

Título (em português): Mera coincidência

Título original: Wag the dog

Ano: 1997

País: Estados Unidos da América

Duração: 97 min

Direção: Barry Levinson

Distribuição: Playarte

Gênero: Comédia

Sinopse: O presidente dos Estados Unidos, a poucos dias da eleição, se vê envolvido em um escândalo sexual e, diante deste quadro, não vê muitas hipóteses de ser reeleito. Assim, um dos seus assessores (Robert DeNiro) entra em contato com um produtor de Hollywood (Dustin Hoffman) para que este "invente" uma guerra na Albânia, na qual o presidente poderia ajudar a resolver, além de desviar a atenção pública para outro fato.

Tema(s) do filme: Atuação do relações-públicas como mediador entre o governo e a opinião pública.

### 2.2.2. Dinâmica da narrativa

Através de seu contexto narrativo, o filme *Mera coincidência* pode ser segmentado da seguinte forma:

*Prólogo:* 1 min – A cena de abertura é uma campanha publicitária televisiva, utilizando o *slogan* "não mude os cavalos no meio da corrida", um provérbio comum nos EUA, fazendo alusão à campanha de reeleição do atual presidente, na narrativa.

*Ato I.* 2 min – Conrad, assessor da presidência, se reúne com os demais porta-vozes e estrategistas de comunicação do governo, para conter a crise de imagem instalada. O presidente atual foi acusado de molestar de uma garotinha no interior da Casa Branca, a poucos dias da eleição, o que pode gerar uma grande repercussão negativa na mídia. A partir de então, inicia-se o plano de gestão da crise de imagem, buscando voltar os holofotes da mídia para outros acontecimentos, manipulando a opinião pública.

*Ato II.* 12 min – Conrad se encontra com Stanley Motss, diretor cinematográfico que o ajudará a produzir uma guerra falsa, filmada em um estúdio, para desviar a atenção da mídia sobre o caso de pedofilia no qual o presidente está envolvido. Assim começa a produção da farsa. Filmagens da guerra são veiculadas pela imprensa, o jogo midiático é armado, canções de incentivo são produzidas e o sentimento de nacionalismo cresce no país.

*Ato III.* 48 min – A agência de inteligência norte-americana (CIA) descobre a farsa e passa a participar do mesmo jogo, divulgando a informação que a guerra acabou. Assim, ainda a poucos dias da eleição, Conrad e Stanley devem reformular suas estratégias e passam a engendrar um herói de guerra, que supostamente foi deixado para trás em território de batalha e está nas mãos dos inimigos. Voltam, portanto, a simular um sentimento de nacionalismo e comoção pelo resgate do suposto soldado.

*Ato IV.* 72 min – Conrad e sua equipe descobrem que o soldado que escolheram para ser o suposto herói é, na verdade, um criminoso com distúrbios mentais, um prisioneiro e ex-membro do exército. Dessa forma, após um ataque de loucura, o soldado é morto acidentalmente e o enterram como um herói nacional.

*Ato V.* 88 min – A farsa se revela como uma estratégia bem sucedida e a equipe consegue obter a reeleição do presidente.

*Epílogo:* 93 min – Uma reportagem televisiva anuncia um novo atentado terrorista, envolvendo o mesmo país, a Albânia. Dessa forma, a narrativa brinca com o espectador,

levando-o a questionar se aquilo aconteceu ou não no contexto da narrativa, já que sua verossimilhança não fica clara.

### 2.2.3. Pontos de vista

A narrativa de Mera Coincidência, enquadrada em sua distribuição como uma comédia, se trata de uma história repleta de exageros que poderiam ser vistos como representações inverossímeis da realidade. Ainda assim, o filme lança importantes questionamentos com relação à confiabilidade da mídia e das informações concedidas pelos órgãos governamentais.

Em Mera coincidência, a narração é realizada através da voz *off* de apresentadores de programas jornalísticos televisivos, que apresentam os fatos através de reportagens. Além deste recurso, ocorre a utilização de diversas propagandas e comerciais televisivos, que exploram a argumentação criada pelas estratégias de comunicação de cada um dos candidatos à eleição. No universo de Mera Coincidência, portanto, tais recursos são utilizados para destacar o papel da mídia na formação e manipulação da opinião pública.



Figura 6 - Plano do filme Mera Coincidência (slogan utilizado na campanha eleitoral)

A utilização dos recursos de luz e sombra também se caracteriza como um elemento plenamente aproveitado. Em quase todas as oportunidades em que estão reunidos os assessores de comunicação da Casa Branca, os profissionais responsáveis por conter a crise de imagem instalada no decorrer da narrativa, a atmosfera é sempre sombria.

Os cenários utilizados se constituem de porões ou salas secretas de difícil acesso, em que não há muita iluminação. O filme então, transmite a ideia de que estes profissionais trabalham nos bastidores, nas sombras, arquitetando seus planos de comunicação e manipulação midiática.



Figura 7 - Plano do filme Mera Coincidência (reunião secreta para gestão da crise de imagem)

Ademais, um destaque importante do filme é sua dupla de protagonistas, formada pelos atores experientes e aclamados por público e crítica, Robert de Niro e Dustin Hoffman, que conferem ao filme uma excelente atuação, principalmente através dos ricos e instigantes diálogos desempenhados por eles ao longo da narrativa.

#### **2.2.4. Cena em destaque do filme**

A cena em destaque escolhida é um belo exemplo da utilização da metalinguagem no cinema. Tal sintagma do filme se constitui através dos planos em que um suposto vídeo da guerra na Albânia é vazado por meio de satélites, no contexto da narrativa, sendo utilizado como notícia no horário nobre de diversas emissoras.

Os bastidores da filmagem são captados pela câmera através de um plano-sequência que acompanha o andar do produtor Stanley Motss ao redor do estúdio, caminhando com ele a dar orientações aos atores e atrizes, aos profissionais de som, iluminação e edição responsáveis pela elaboração do vídeo.

O plano-sequência transmite a ideia de dinamicidade de um estúdio cinematográfico *hollywoodiano*, representando o cinema como o local onde a magia acontece, onde um universo pode ser criado, ou neste caso, engendrado.

Filmado através da técnica *chroma key* em um estúdio cinematográfico e constituindo-se de um estratagema criado por Conrad e Stanley, o vídeo mostra uma jovem albanesa, carregando um gato em seus braços, fugindo de terroristas em meio a um fogo cruzado de bombas e disparos de armas de fogo.



Figura 8 - Plano do filme Mera Coincidência (estúdio cinematográfico)



Figura 9 - Plano do filme Mera Coincidência (estúdio cinematográfico)

Neste contexto, a cena se utiliza de uma metalinguagem para mostrar como o cinema opera a construção de um novo universo através de seus efeitos visuais, a partir da representação de uma realidade que pode ser moldada, formatada e engendrada.

A produção, ainda que extremamente estereotipada e apelativa, é encarada como verossímil por um público que, acostumado a assistir os acontecimentos globais através de seus aparelhos de televisão, já não consegue diferenciar a realidade da ficção.

A realidade representada pelo filme, assim, assume o aspecto de um constructo social, como se a vida real não passasse de um espetáculo midiático engendrado e transmitido pelos meios televisivos.

### **2.2.5. Considerações a respeito do filme e sua relação com a representação do profissional de Relações Públicas**

Mera coincidência, filme dirigido por Barry Levinson, lançado em 1997 nos cinemas e traduzido para a distribuição brasileira como “Mera coincidência” conta a história do presidente dos Estados Unidos da América, representado por Michael Benson, que a poucos dias da eleição se vê envolvido em um escândalo sexual, acusado por uma garota de tê-la assediado dentro da Sala Oval da Casa Branca, o que pode por fim aos seus planos de reeleição.

Um de seus assessores, no entanto, um relações-públicas chamado Conrad Brean, interpretado por Robert De Niro, entra em contato com o personagem de Dustin Hoffman, outro ator renomado de *Hollywood*, e que na trama é Stanley Motss, um famoso produtor cinematográfico, para que ele “produza” uma guerra na Albânia, desviando a atenção da opinião pública com o objetivo de abafar o escândalo no qual o candidato à presidência está envolvido.

O filme, produzido em meio à uma assombrosa coincidência – fato que possivelmente levou à atribuição de seu título para distribuição no Brasil – retrata um presidente que se envolve em um escândalo sexual e inicia uma guerra quase que ao mesmo tempo em que Bill Clinton, atual presidente dos EUA na época, se envolvia no escândalo sexual com sua estagiária Monica Lewinski, além das ações militares organizadas no Iraque por seu governo, fatores que antecederam sua destituição em 1998.

Não obstante, ainda que mostrando um cenário político internacional que beira a fantasia, o filme satiriza acontecimentos que de tão absurdos poderiam ser reais. A narrativa,

adaptação do livro *American Hero* (1993) de Larry Beinhart, retrata a arquitetura de uma “guerra de mentirinha”, por assim dizer, em que os profissionais de relações públicas cumprem o papel de inventar através de factóides e modernas encenações cinematográficas, enquanto que a mídia sensacionalista se aproveita do suposto fato para obter ainda mais audiência.

A comédia mostra, em uma perspectiva nada otimista a respeito do jornalismo, das estratégias de relações públicas utilizadas e da gestão governamental da opinião pública, uma guerra em que cenas de confronto são forjadas, canções de incentivo que apelam para o nacionalismo, à liberdade e ao “sonho americano” são fabricadas e até mesmo heróis de guerra são engendrados com o único propósito de redirecionar o foco da imprensa e produzir uma falsa sensação de união em um momento conturbado para o cenário democrático do país.

Logo no início da narrativa, Conrad é chamado de “*Mister Fixer*”, o que poderia ser entendido em uma tradução literal como o “homem que conserta”, em uma alusão às suas habilidades como relações-públicas especializado em gestão de crises de imagem e reputação.

Esta construção simbólica parece estar associada à outros termos que também se repetem frequentemente ao longo da narrativa, caracterizando-o como “o cara”, “o herói do dia” e adjetivando-o como possuidor de um desempenho “fenomenal” ao executar suas funções.

Não obstante, tais termos podem parecer positivos em um primeiro momento, já que descrevem o profissional de relações públicas como um indivíduo articulado e com grandes competências interpessoais, que lhes proporcionam a resolução de conflitos entre públicos de interesse que se colocam como obstáculos para a conclusão da estratégia principal de comunicação, obstáculos como o candidato concorrente à presidência, a CIA (serviço de inteligência estadunidense) e o FBI (agência federal de investigação dos EUA).

No entanto, vale lembrar que a estratégia principal se constitui em manipular massivamente a opinião pública de um país, agendando o enfoque dos meios de comunicação de massa e, finalmente, conduzindo à reeleição de um político envolvido em um escândalo sexual com uma garota, o que não parecem os interesses mais louváveis a serem defendidos.

Ademais, o talento de Conrad para a persuasão é inegável, o que acaba sendo confirmado pelos próprios personagens da narrativa, que o representam como um profissional que sabe convencer, mesmo quando está errado.

Em outros termos, o profissional de relações públicas é caracterizado como um agente hábil e inteligente nos processos de comunicação, encontrando saídas para todo tipo de desafio que surge em sua trajetória, entretanto se vê retratado como um profissional que não possui valores éticos ou morais, valendo-se de estratégias que muitas vezes contrariam os princípios de conduta estabelecidos pela própria atividade.

O papel do relações-públicas no filme se revela, então, não no sentido tradicional – o de mediar as construções simbólicas e relações sociais entre organização e seus públicos – mas sim no sentido de construir sofisticados simulacros da realidade que são compartilhados em larga escala e possuem o intuito de manipular a opinião pública.

Novamente a atuação de Conrad se vê associada à utilização de estratégias midiáticas para gerir a opinião pública e praticar ações que visam unicamente a sua persuasão. Conrad viola princípios relacionados à democracia e à cidadania de seu país, uma vez que se vale de fatos engendrados por sua própria equipe de comunicação.

Ademais, as relações de semelhança e oposição estabelecidas entre o personagem de Conrad Brean, interpretado por Robert De Niro e Stanley Motss, interpretado por Dustin Hoffman, são o ponto alto do filme. Conrad, relações-públicas e assessor a serviço do presidente, é representado como um profissional que age no anonimato e vive nas sombras, sendo a mais pura representação daquilo que os estadunidenses chamam de “*low profile*”, usando roupas discretas e passando quase que despercebido dos holofotes da mídia, fatores que contrastam com seu enorme poder de persuasão e manipulação.

Já Stanley é representado como um personagem de gostos excêntricos, centrado em si mesmo, dotado de um débil senso de realidade e que frequentemente mergulha em devaneios filosóficos. O que ambos possuem em comum é o talento para o convencimento e a falta de escrúpulos em influenciar a opinião pública.

Em um trecho emblemático do filme Conrad afirma:

*Slogans* de guerra. Lembramos deles, mas não das guerras. Sabe por quê? Guerra é *show business*, por isso estamos aqui. A garota nua coberta de Napalm. O V da vitória de Churchill. Os cinco fuzileiros erguendo a bandeira. Nos lembramos das imagens mesmo esquecendo a guerra. (Mera coincidência, 1997)

Conrad, assim, revela uma astúcia peculiar em sua análise sobre os grandes acontecimentos mundiais que marcaram o século XX. Tais acontecimentos não são somente fatos de grande relevância para a geopolítica internacional, mas acontecimentos midiáticos com um forte poder de modificar a percepção dos indivíduos sobre as suas próprias

circunstâncias. As guerras e acontecimentos históricos passam, mas suas imagens ficam. A diferença é que os acontecimentos já não podem ser alterados, mas as imagens sim e são elas que produzem os heróis e vilões no curso da história.

O filme parece afirmar que os acontecimentos da sociedade atual são mediados pelas representações dos meios de comunicação, representações estas que são muito mais sedutoras que as imagens da vida real e que por isso as preferimos, não sabendo mais diferenciar o que é real e o que é simulacro.

Conrad, valendo-se de tal perspectiva, passa a criar um mundo de guerra dentro dos estúdios cinematográficos, utilizando as próprias contradições dos meios de comunicação de massa a seu favor e produzindo seu sofisticado simulacro de realidade, concebido como verossímil não somente por aqueles que mediam a produção de sentido frente à opinião pública – a imprensa, os meios de comunicação de massa – mas cinicamente considerado como real até mesmo por aqueles que o produziram.

Dessa forma, o profissional de relações públicas, através da narrativa de Mera coincidência (1997), é representado em um primeiro momento como um profissional dotado de uma inteligência especial para a mediação de conflitos e interesses, bem como para a gestão da imagem e reputação de seus clientes perante seus públicos.

O RP é apresentado como um profissional persuasivo, convincente e articulado, características que o colocam como uma peça central no jogo da mediação simbólica entre organização, meios de comunicação massivos e opinião pública.

No entanto, o profissional é frequentemente associado à manipulação de informações e à invenção de factóides com o objetivo de criar uma falsa sensação de medo na opinião pública, direcionando a abordagem da mídia para acobertar escândalos políticos e lançando mão de diversas estratégias antiéticos com o propósito de ser bem sucedido em seus planos.

### **2.3. O relações-públicas como assessor de imprensa: análise da narrativa de O articulador (2002)**

#### **2.3.1. Informações**

Título (em português): O articulador

Título original: People I Know

Ano: 2002

País: Estados Unidos da América

Duração: 100 min

Direção: Dan Algrant

Distribuição: Miramax Films

Gênero: Crime, Drama

Sinopse: Eli Wurman (Al Pacino) é um famoso relações-públicas que vive em Nova Iorque e está a passar por maus momentos. Com os seus dias de glória no passado, Eli dedica-se a pequenos trabalhos, um evento beneficente a favor de refugiados que estão para ser deportados pelo presidente da câmara e um único grande cliente: Cary Launer (Ryan O'Neil), ator famoso que já ganhou um prêmio Oscar. Em um dos trabalhos para Launer, Eli é enviado para retirar da cadeia Jilli (Téa Leoni), atriz de TV com quem Launer está envolvido amorosamente. Após pagar a fiança de Jilli e levá-la para casa para que ela possa fazer as malas e viajar com Launer, Eli adormece no apartamento dela. É neste momento que alguém entra no quarto e, sem perceber a presença de Eli, assassina Jilli. Sem saber que ela está morta Eli deixa o apartamento no dia seguinte, mas por ser o último a falar com Jilli acaba por ser envolvido numa conspiração política contra Cary Launer, que pretende candidatar-se ao Senado em breve.

Tema(s) do filme: O universo de corrupção e crime do *show business* em Nova York.

### **2.3.2. Dinâmica da narrativa**

A narrativa de O Articulador pode ser segmentada através da seguinte sequência:

*Prólogo:* 1 min – O personagem principal, Eli Wurman é apresentado através de uma série de fotos e recortes de matérias jornalísticas, mostrando-o ao lado de celebridades, artistas, políticos. Sua voz *off* faz uma série de convites ao seu evento, por telefone, à varias pessoas.

*Ato I.* 2 min – Eli frequenta restaurantes e eventos, onde se reúne com clientes, jornalistas, publicitários, celebridades. A narrativa começa a apresentar seu cotidiano profissional.

*Ato II.* 9 min – Eli busca a personagem de Jilli Hopper, que estava presa em uma delegacia. A personagem é amante de Cary Launer, principal cliente de Eli, de modo que ele vai buscá-la para que nenhuma informação seja publicada na mídia sobre o ocorrido.

*Ato III.* 14 min – Jilli leva Eli a um local onde está sendo realizada uma festa regada a orgia e drogas. Ela diz que esqueceu um pertence seu neste local e Eli a acompanha. Lá, ambos utilizam drogas e acabam por serem expulsos. Jilli dá a entender que realizou uma gravação que poderia expor os participantes de tal festa, no momento em que foi expulsa.

*Ato IV.* 26 min – A personagem de Jilli é assassinada. Eli testemunha o fato, mas não sabe distinguir se o que aconteceu era real, pois estava sob o efeito de drogas.

*Ato V.* 29 min – A narrativa passa a se alternar entre o cotidiano de Eli, ora mostrando sua degradação física e psicológica, ora explorando seu cotidiano profissional de bajulação e encobrimento de fatos que não podem vir à tona sobre seus clientes, ora mostrando sua relação com a sua cunhada. A partir de então, Eli inicia a preparação de seu evento de caridade.

*Ato VI.* 76 min – Eli realiza seu evento de caridade com a presença de diversas personalidades e clientes.

*Ato VII.* 87 min – Eli é assassinado, por ter sido testemunha do assassinato de Jilli.

*Epílogo:* 88 min – Novamente, reportagens televisivas mostram os resultados do evento beneficente de Eli, em voz *off*.

### **2.3.3. Pontos de vista**

Logo no início do filme, a narração dos fatos é realizada a partir de reportagens de jornais e matérias televisivas, onde Eli aparece ao lado de figuras célebres, políticos, esportistas e artistas. O recurso de utilizar recortes de jornais e fotos para mostrar as conexões pessoais do personagem principal, um habilidoso e ao mesmo tempo antiquado relações-públicas, é empregado em diversas partes da narrativa.

A câmera, muitas vezes utilizada em primeiro plano, enfocando o rosto de Eli, com o intuito de evidenciar seu semblante cansado e desolado, o acompanha em meio a seu cotidiano repleto de compromissos profissionais, ligações e reuniões.

Por vezes, a câmera utiliza de recursos interessantes ao realizar *travellings* lentos, cadenciados e seguindo um caminho oscilante, o que simula o estado mental de Eli, após seu constante consumo de drogas e álcool. É como se a câmera realizasse movimentos

entorpecidos, sonolentos e errantes, acompanhando a degradação mental do protagonista.

O ritmo do filme é arrastado, com longas cenas de diálogo, que por vezes duram 10 minutos, caracterizando uma montagem de ritmo lento. A narrativa parece dar o tom do próprio personagem, que é representado como um profissional já cansado, antiquado, insone.



Figura 10 - Plano do filme O Articulador (primeiro plano do personagem de Eli)

As cores predominantes são frias, apagadas, que parecem simbolizar a frieza das relações interpessoais construídas através do *show business*. O figurino de Eli reflete bastante seu estado de espírito. Ainda que utilizando ternos e roupas supostamente caras, Eli está sempre desarrumado, desalinhado e com um semblante de cansaço.

#### **2.3.4. Cena em destaque do filme**

Como cena em destaque, os planos em que Eli acompanha Jilli em sua expedição em busca do "brinquedo" esquecido na festa, que na verdade era um dispositivo com câmera que filmou todos os integrantes que lá estavam, pessoas ricas e influentes que participavam de um evento regado a orgia e drogas, o que certamente poderia manchar a reputação de seus participantes.

Tal cena tem início aos 14 minutos, e é filmada em plano-sequência através de um *travelling* que acompanha os personagens de Eli e Jilli pelos corredores da festa.



Figura 11 - Plano do filme O Articulador (cena da festa em que Eli e Jilli participam)



Figura 12 - Plano do filme O Articulador (cena da festa em que Eli e Jilli participam, detalhe do cenário)

Nesta cena, a câmera acompanha Eli, que utiliza drogas como ópio e remédios para dormir, realizando um *travelling* oscilante em meio a cada um dos cômodos onde ocorria a festa. O movimento de câmera parece simular uma viagem lisérgica aos passatempos das celebridades, acompanhando Eli em meio a pessoas nuas, um ambiente com tons vermelhos e escuros, decoração oriental e uma atmosfera alucinógena.

A filmagem em plano-sequência dá um tom arrastado para a cena, como se o espectador fosse obrigado a lentamente se integrar aos acontecimentos expostos na tela, tornando-se testemunha do que estaria por vir na narrativa. A atmosfera criada pela história, neste momento, assume um caráter ambíguo, oscilando entre o entorpecimento, a

sensualidade e o suspense gerado pela tensão do ambiente.

### **2.3.5. Considerações a respeito do filme e sua relação com a representação do profissional de Relações Públicas**

Em *O articulador*, o personagem de Eli Wurman, vivido por Al Pacino, é um famoso relações-públicas que trabalha em Nova York e está passando por um momento ruim em sua vida profissional. Após uma trajetória de sucesso na área de comunicação, Eli se volta a pequenos trabalhos e eventos beneficentes, apresentando apenas um grande cliente, Cary Launer, personagem de Ryan O'Neil, que é um ator renomado e ganhador de um Oscar, no contexto da narrativa.

No decorrer do enredo, Eli Wurman se torna involuntariamente testemunha de um assassinato que pode incriminar seu cliente, o qual planejava construir uma carreira política se candidatando ao Senado.

No contexto diegético, os comportamentos das “estrelas” parecem ser friamente estudados e calculados; aparições na mídia são negociadas e escândalos são encobertos a todo custo. Neste ambiente, Eli cumpre o papel de transformar personalidades antiéticas e aproveitadoras em figuras aclamadas pelo público, conquistando uma reputação favorável a seus clientes. O filme carrega uma crítica ao lado manipulador do *show business* e ao mercado de assessoria de imprensa.

Do ponto de vista ligado à representação do profissional de relações públicas, o personagem Eli assume um caráter importante ao utilizar de seus contatos para articular cenários favoráveis às causas que defende, tentando colocar os protagonistas da sociedade, representantes de organizações corporativas, políticas e religiosas, no mesmo evento, com o objetivo de arrecadar fundos e impedir que um grupo de refugiados seja deportado do país.

Tal ideia é fortemente destacada através do título da película, *O articulador*, uma expressão muito apropriada para denotar a maior habilidade de seu protagonista, a de utilizar das pessoas que conhece para articular possíveis cenários que possam servir aos seus próprios interesses. Entretanto, tal título parece explorar com certa ironia tal característica, pois Eli passa a estar envolvido involuntariamente em uma conspiração política, constituída de uma trama tecida pelo envolvimento com o uso de drogas, chantagem, prostituição, assassinato e *show business*.

A expressão, analisada então por um olhar mais cuidadoso, permite entrever os conflitos em que o personagem está envolvido, deixando enxergar através de sua perspectiva as transgressões e os atos delituosos cometidos pelas pessoas que conhece e a quem é obrigado a defender, seja por sua lealdade profissional ou pelo medo de pagar com sua própria vida por uma possível denúncia.

Eli participa indiretamente de transgressões, uma vez que se torna cúmplice de um assassinato, ainda que não sabendo distinguir corretamente o ocorrido, uma vez que estava sob o efeito de drogas. Eli tenta idealizar um mundo à sua volta, mas é tragado para dentro de uma trama em que é obrigado a ser conivente.

Observa-se uma tendência para a caracterização do personagem vivido por Al Pacino como um tipo “cansado”, “miserável”, “insone”, “antiquado” e “decadente”. O estilo de atuação profissional de Eli Wurman se revela preso ao passado, quando teve clientes ilustres e contava com uma reputação brilhante. O próprio título do filme parece apontar para o fato de que a principal riqueza do profissional são as conexões que criou ao longo de sua atuação no mercado do *show business*.

Eli é representado como um profissional articulado pelos clientes e pela imprensa, mostrando que, apesar de sua decadência, ainda apresenta as competências necessárias para conduzir suas atividades profissionais. Assim, ainda que Eli seja caracterizado como um profissional obsoleto, muito por conta de sua recusa a aderir ao uso das novas tecnologias de comunicação para desempenhar sua profissão, mantendo-se fiel à uma visão romantizada e nostálgica de sua atividade, ele é visto como um relações-públicas com um grande poder de articulação e persuasão.

Durante a jornada de Eli pelo mundo das celebridades nova-iorquinas, a câmera o acompanha em meio a situações que expõem temas delicados como o uso de drogas, o tráfico de influências, trocas de favores e chantagem. O personagem de Eli Wurman se vê preso em um mundo de bajulação e corrupção, que parece inerente ao seu trabalho, fatores que se contrapõem ao seu idealismo, que ainda alimenta mesmo com o passar dos anos, e o desejo de deixar um legado para a cidade.

A trama parece apontar para o desenvolvimento de um drama existencial que tem como foco a vida de Eli. A contradição se estabelece através do fato de que Eli conhece a todos e possui conexões poderosas em diversos âmbitos sociais, no entanto está sempre solitário e não pode contar com a verdadeira companhia de outro ser humano, a não ser da viúva de seu irmão, vivida na trama pela atriz Kim Basinger.

A desilusão do personagem central, não só com relação à sua própria vida, mas com a sua profissão e com as dinâmicas sociais que a cercam, pode ser encontrada em uma frase bastante emblemática de Eli no final do filme, onde ele conversa no banheiro com um modelo que agradece o fato de tê-lo apresentado para um outro contato no *show business*. O personagem de Eli afirma: “A pior coisa neste mundo, Michael, é saber demais. Se você tentar permanecer ingênuo, será muito melhor.” (O Articulador, 2002). Neste momento, Eli percebe que sua dedicação ao trabalho e seu idealismo de nada valem em um ambiente que é permeado pelo cinismo, pelos interesses escusos e pela ausência de empatia entre os indivíduos.

O articulador pode ser visto como um filme que traz uma honestidade rara no cinema norte-americano, construindo uma crítica ao lado competitivo e ambicioso do mundo político e artístico de Nova York. A narrativa tem como eixo principal a história de um relações-públicas em fim de carreira, arruinado pelo álcool e pelas drogas, um personagem que se dá conta de não ter conquistado nada importante em sua carreira, muito menos de ter alterado as frias relações sociais que o cercam.

O filme, ainda que previsível e de qualidade inferior ao que normalmente é produzido em *hollywood* em termos de roteiro e complexidade da trama, revela uma atuação impecável de Al Pacino como o personagem relações-públicas. O ator consegue fazer o espectador se envolver e sentir como é estar encurralado em uma rede de mentiras, intrigas e escândalos que vai sendo tecida lentamente ao longo da narrativa.

A película ainda constrói uma crítica interessante à política repressiva aos imigrantes ilegais, iniciada na era política da Nova York pós-Giuliani, abordando questões muito pouco discutidas pelos cineastas estadunidenses. Eli Wurman, protagonista da trama, tenta se redimir organizando e promovendo um evento beneficente para refugiados que estão prestes a serem deportados.

A construção do personagem se constitui de uma complexidade digna de um ator como Al Pacino. A narrativa dá a entender que o personagem é homossexual, um profissional cansado e dilacerado pela corrupção em que se viu obrigado a fazer parte ao longo de sua carreira mas, ao mesmo tempo, um relações-públicas que carrega uma visão idealista da sua profissão, acreditando que ela ainda pode fazer a diferença na transformação da sociedade.

Em seu aspecto corporal, Eli carrega todos os signos que causam um certo mal estar no espectador ao se defrontar com sua situação física. O olhar combalido, o cabelo desgrenhado, o corpo cansado e abatido mostram um personagem que parece carregar um

mundo de ilusões perdidas, sonhos fracassados e relações desgastadas em suas costas. Entre os goles de whisky e os coquetéis de drogas que o mantêm acordado, Eli se vê em uma condição de saúde deplorável, mas mesmo assim mantém o foco em sua vida profissional, não deixando espaço para construir suas próprias relações pessoais.

Eli Wurman parece ser uma versão moderna de Sísifo e, assim como ele, executa um trabalho rotineiro e cansativo que termina por não produzir nenhuma alteração em sua realidade cotidiana. Enquanto Sísifo, personagem da mitologia grega, tinha como tarefa rolar uma grande pedra até o cume de uma montanha, como punição por ter enganado Hades e o reino dos mortos, sendo que assim que concluía seu trabalho diário, a pedra rolava novamente montanha abaixo, obrigando-o a repetir seu dever durante toda a eternidade, Eli se vê constrangido a tentar modificar a sociedade, trabalho igualmente difícil, em uma tarefa irrealizável, dado o corrompimento das relações sociais que o cercam.

Eli não consegue reagir diante da hipocrisia que o envolve e nem poderia, dada sua condição física e o fato de que já não conta mais com o prestígio e o poder que tinha no passado, o que lhe confere um ar cínico, fazendo-o participar, querendo ele ou não, das contradições dos grupos sociais ao qual está associado.

Em várias partes do filme, a sensação que se tem é a de estar participando de uma alucinação de olhos abertos, já que a câmera passa a acompanhar o ponto de vista do personagem principal, debilitado física e emocionalmente, pontos em que a obra flerta com o filme *De Olhos bem abertos* de Stanley Kubrick, do ponto de vista estético.

Por fim, a mensagem transmitida pelo filme é a de que o personagem principal, o relações-públicas, mesmo se valendo de suas conexões pessoais, não tem poder para mudar as dinâmicas sociais, tampouco seu destino trágico. A narrativa traz uma perspectiva honesta – e autocrítica - sobre o *show business*, mostrando um universo permeado por corrupção, chantagem e jogos de poder, onde o relações-públicas se vê apenas como uma das engrenagens de um sistema perverso.

## **2.4. O profissional de relações públicas na gestão dos públicos de interesse corporativos: análise sobre o filme Obrigado por fumar (2005)**

### **2.4.1. Informações:**

Título (em português): Obrigado por fumar

Título original: Thank you for smoking

Ano: 2005

País: Estados Unidos da América

Duração: 96 min

Direção: Jason Reitman

Distribuição: 20th Century Fox

Gênero: Comédia

Sinopse: Nick Naylor (Aaron Eckhart) é o principal porta-voz das grandes empresas de cigarros nos Estados Unidos. Desafiado pelos vigilantes da saúde e também por um senador oportunista, Ortolan K. Finistirre (William H. Macy), que deseja colocar rótulos de veneno nos maços de cigarros, Nick passa a manipular informações de forma a diminuir os riscos do cigarro em programas de TV. Além disso Nick conta com a ajuda de Jeff Megall (Rob Lowe), um poderoso agente de Hollywood, para fazer com que o cigarro seja promovido nos filmes. Sua fama faz com que Nick atraia a atenção dos principais chefes da indústria do tabaco e também de Heather Holloway (Katie Holmes), a repórter de um jornal de Washington que deseja investigá-lo. Nick repetidamente diz que trabalha apenas para pagar as contas, mas a atenção cada vez maior que seu filho Joey (Cameron Bright) dá ao seu trabalho começa a preocupá-lo.

Tema(s) do filme: A atuação do porta-voz das grandes empresas de cigarros dos EUA.

### **2.4.2. Dinâmica da narrativa**

A história de Obrigado por fumar pode ser segmentada, sob seu aspecto narrativo através da sequência a seguir:

*Prólogo:* 2 min – Programa de auditório no qual estão Nick Naylor, personagem principal e representante da indústria de cigarros, Robin, um garoto de 15 anos portador de

câncer de pulmão devido ao consumo de cigarros e demais representantes de organizações anti-tabaco. Os personagens são apresentados e começa uma narração em voz *off* de Nick, explicando o modo operacional da indústria de cigarros nos EUA.

*Ato I.* 5 min – Os personagens da trama são apresentados, o filho de Nick, sua ex-mulher e o seu atual namorado, o chefe de Nick no trabalho, além de um desenvolvimento mais detalhado acerca do cotidiano profissional de Nick.

*Ato II.* 15 min – O Senador Finistirre desafia Nick e as indústrias tabagistas para um debate. Finistirre possui um projeto de lei para colocar rótulos de veneno nos maços de cigarro. Inicia-se, dessa forma, o embate entre ambos os lados, entre os defensores de leis mais duras contra a indústria tabagista e os defensores dos interesses dessas indústrias, capitaneados por Nick Naylor. Neste contexto, Nick propõe uma série de estratégias para mudar a imagem do tabagismo, dentre elas colocar o consumo de cigarros de volta às telas do cinema, conferindo uma atmosfera de glamour ao seu consumo.

*Ato III.* 18 min – Nick parte em busca do patrocínio de um programa de US\$50 milhões para supostamente financiar um programa de anti-tabagismo, além do investimento nos filmes hollywoodianos, que voltariam a exibir o consumo de cigarros. Tal patrocínio, dependia da aprovação do personagem chamado “Capitão”, que é tido como o dono das indústrias tabagistas. Nick se reúne com Capitão e obtém a aprovação de suas estratégias.

*Ato IV.* 28 min – Nick conhece Heather, repórter que pretende fazer uma reportagem sobre a indústria tabagista. Os dois se envolvem amorosamente.

*Ato V.* 35 min – Nick se encontra com o representante de um estúdio cinematográfico, Jeff Megall, fechando o acordo para mostrar atores fumando, nas narrativas e glamourizando o ato de fumar.

*Ato VI.* 42 min – Nick recebe a missão de Capitão para persuadir Lorne Lutch, o “Marlboro Man”, de deixar de denunciar a indústria tabagista. Lutch é um paciente terminal de câncer de pulmão, causado pelo fumo.

*Ato VII.* 58 min – Após persuadir Lutch, Nick é sequestrado por um grupo de pessoas que não possui sua identidade revelada na narrativa. O grupo cola adesivos de nicotina em todo o seu corpo, levando-o a uma possível overdose. Ironicamente, Nick é salvo por ser um fumante, já que o volume de nicotina recebido por seu corpo poderia matar um não-fumante, o que torna Nick uma vítima e contribui para melhorar sua imagem na mídia.

*Ato VIII.* 65 min – Nick descobre que Heather usou o seu envolvimento amoroso apenas para conseguir informações privilegiadas sobre a indústria do tabaco. Uma reportagem

vem à tona desmascarando Nick e o *modus operandi* da indústria tabagista. A opinião pública se volta contra ele. Em seguida, Nick é demitido.

*Ato IX.* 77 min – Mesmo demitido, Nick decide se voluntariar a testemunhar na reunião em que o Senador Finistirre apresenta seu projeto de lei contra a indústria tabagista, colocando rótulos de veneno nos maços de cigarros. Ainda que tenha se deparado com seus conflitos éticos, Nick habilmente argumenta na reunião, o que leva à não aprovação da lei e o convite para ser readmitido em seu trabalho.

*Epílogo:* 85 min – Nick recusa o emprego e passa a atuar como um consultor em *media training*, fornecendo conselhos para empresas que estão envolvidas em algum tipo de crise de imagem.

### **2.4.3. Pontos de vista**

O filme conta com uma complexa montagem fotográfica, através de recortes, planos e simbologias que reforçam o tempo todo a ideia de que o filme pretende transmitir uma crítica à manipulação midiática e corporativa, adotando uma série de metáforas e ironias para ilustrar tal ponto de vista.

Na narrativa, o conceito de moralidade se vê invertido, onde o herói (ou anti-herói) é Nick, que defende a indústria tabagista através de sua personalidade cativante e de seu carisma, ainda que lhe faltem princípios éticos para desempenhar sua profissão. O elemento que o torna mais humano na película é a relação com o seu filho, aspecto que o faz questionar os posicionamentos que frequentemente adota em seu cotidiano profissional.

Assim, a personagem de Nick Naylor passa a narrar todos os acontecimentos através de sua perspectiva, refletindo seus pensamentos e aprofundando a complexidade do personagem ao mostrar cenas de situações já vividas por Nick, modelo narrativo que poderia ser definido como a "voz-eu" (VANOYE; GOLIOT-LÉTÉ, 2012, p. 44).

Mediante tal perspectiva, todas as ações do narrador-personagem ganham um ar fictício e subjetivo, já que a narração passa a ser utilizada em praticamente todos os momentos do filme. E ainda que os acontecimentos expostos em tela pareçam absurdos, a narrativa constrói um ar de verossimilhança incômodo e inconveniente, pois o universo da publicidade e das relações públicas muitas vezes se utilizam dos mesmos estratagemas de Nick para convencer a opinião pública.

Quanto aos aspectos visuais, mesmo que o filme não mostre nenhum personagem fumando ao longo da narrativa, a maior parte das cenas possui a presença de cores quentes, como o vermelho, que remetem ao fogo e ao cigarro e, simbolicamente, ao mal. Tais cores podem ser observadas na imagem:



Figura 13 - Plano do filme Obrigado por fumar (composição das cores no plano)

Além disso, o filme é repleto de mensagens subliminares em suas cenas, trazendo pequenos detalhes e imagens dotadas de uma forte carga simbólica, que remetem à algum acontecimento da própria narrativa ou à crítica transmitida pelo realizador, como pode-se observar nas imagens a seguir:



Figura 14 - Plano do filme Obrigado por fumar (metáfora visual)



Figura 15 - Plano do filme Obrigado por fumar (metáfora visual nos planos do restaurante)

Outro aspecto visual a ser destacado, é o da metonímia, presente em diversos momentos do filme, recurso utilizado pelo diretor de modo a reforçar ideias presentes na narrativa. Na imagem a seguir, pode-se observar os símbolos inseridos, relacionado os profissionais às suas respectivas indústrias, sejam elas de tabaco, de armas, de bebidas alcoólicas, resíduos nucleares, etc.



Figura 16 - Plano do filme Obrigado por fumar (metonímia)

A montagem também se trata de um terreno fértil para análises na narrativa, uma vez que constrói seus encadeamentos através de animações e imagens de arquivo, fornecendo a ideia de que Nick poderia estar certo, mesmo atuando a favor de uma indústria supostamente tão prejudicial à sociedade como a indústria do tabaco. Neste ponto, a narrativa assume um caráter ambíguo, ora tecendo críticas à sua atuação, ora representando-o como um profissional que está apenas cumprindo o seu papel.

Ademais, o filme apresenta uma série de quebras em sua narrativa, quando ocorrem pausas para apresentar algum personagem ou prolongar a cena para aumentar a tensão gerada por ela.

A trilha sonora, é um espetáculo a parte, sendo composta por músicas antigas que fazem apologia ao consumo de cigarros, como as canções *Smoke, smoke that cigarette!* de Merle Travis e Tex Willians e *Smoke rings* de Eugene Gifford e Ned Washington.

#### 2.4.4. Cena em destaque

Como cena em evidência da narrativa, pode-se destacar um dos planos em que ocorre a tradicional reunião dos “Mercadores da Morte”, como é intitulado pelo próprio grupo, formado por Nick, Polly e Bobby, os representantes das indústrias de cigarros, bebidas alcoólicas e armas nos EUA, respectivamente. Em tais reuniões, que acontecem semanalmente em um restaurante, os lobistas discutem estratégias de persuasão perante o público e competem de maneira cínica pelas taxas mais altas de mortalidade, vangloriando-se quando as alcançam, tudo em meio a um jantar bastante amistoso e cordial.

A cena, aos 56 min da narrativa, é filmada através de um plano médio que mostra os três personagens sentados à mesa, de modo a captar as ações de cada um deles. As cores são fortes, vibrantes e predomina o vermelho. Como foi dito anteriormente, o vermelho parece remeter ao fogo, ao cigarro, à maldade, à desfaçatez. A câmera passa ao primeiro plano, com o rosto de cada personagem, à medida que cada um deles inicia uma fala.

A composição do cenário é um elemento interessante a ser analisado. Além da presença de um boneco de Thomas Jefferson, terceiro presidente dos EUA e principal autor da declaração de independência (1776) próximo aos personagens, existe um cartaz, atrás de Polly, que traz os dizeres (em tradução livre): “Tenha orgulho da América. Nós temos o melhor governo que o dinheiro pode comprar”, em uma frase que dá o tom cínico da narrativa, como observa-se nas imagens a seguir:



Figura 17 - Plano do filme Obrigado por fumar (composição do cenário)



Figura 18 - Plano do filme Obrigado por fumar (composição do cenário)

Tais cenas mostram de maneira descarada e jocosa o cotidiano de tais profissionais, sugerindo o que eles devem fazer em suas horas vagas: pensar em novas formas de manipular, ludibriar e contar as mortes pelas quais são responsáveis, de maneira frívola e banal.

#### **2.4.5 Considerações a respeito do filme e sua relação com a representação do profissional de Relações Públicas**

Em Obrigado por fumar, Nick Naylor, personagem interpretado por Aaron Eckhart, é o principal porta-voz de grandes empresas de cigarros. Desafiado pelos vigilantes da saúde e também por um senador, Ortolan Finistirre, personagem do ator William H. Macy, que deseja colocar rótulos de veneno nos maços de cigarros, Nick passa a manipular informações de forma a diminuir os riscos do cigarro em programas de TV, além de fazer com que o fumo seja promovido em filmes hollywoodianos através de seus contatos com a indústria cinematográfica.

A película retrata o universo do *lobby* na indústria dos cigarros, bebidas e armas nos Estados Unidos da América, mostrando como os profissionais de comunicação realizam estratégias para conquistar uma imagem positiva de suas empresas.

O próprio título da película, Obrigado por fumar, na tradução para a distribuição no Brasil, já denota o tom cômico e satírico que o filme transmite. Tal característica demonstra a intenção da trama em criar uma paródia do ambiente organizacional formado pela indústria de tabaco nos Estados Unidos, revelando o cotidiano dos profissionais que se preocupam em manter um público consumidor fiel às suas marcas e uma imagem institucional favorável da organização frente à sociedade.

Os nomes que compõem o *casting*, dos produtores, atores e atrizes, do diretor e dos demais responsáveis pela realização do filme aparecem no início de maneira estilizada, sendo apresentados através de embalagens de maços de cigarros, fazendo menções à grandes marcas famosas e facilmente reconhecíveis.

Tal estilização, logo no início do filme, lança o espectador em um universo cheio de ironia, onde o personagem principal assume a narração da história, contando a película de maneira pessoal e revelando como é o funcionamento da indústria de cigarros nos Estados Unidos.

A princípio, as construções simbólicas mais recorrentes que caracterizam as representações sociais ligadas ao profissional de RP se configuram em um viés nada otimista sobre a atividade. Os termos “Diabo”, “assassino”, “explorador”, “matador de crianças” e “parasita” revelam de maneira ácida e cômica a visão que a película pretende transmitir através de sua narrativa sobre o universo dos lobistas.

Representações como estas traduzem a maneira como os profissionais de relações públicas podem ser analisados no enredo, fazendo com que a profissão seja caracterizada de maneira pitoresca, mas contundente em sua crítica, onde o relações-públicas é visto como um personagem desprovido de princípios éticos e escrúpulos.

Estas representações sociais mostram, de forma mordaz, como o profissional de Relações Públicas é visto no contexto da narrativa, uma vez que trazem uma forte crítica à maneira como a indústria e o sistema capitalista atual se valem da profissão para criar uma imagem e reputação favoráveis às empresas e organizações.

O intuito de tais organizações fica claro no contexto diegético, já que seus objetivos se situam no âmbito de legitimar um estilo de vida ligado ao consumo, em que o indivíduo é levado a deixar de refletir sobre suas próprias práticas cotidianas, acreditando que o fumo é inofensivo à saúde e um hábito glamouroso.

Tal intuito revela uma regra imprescindível para o funcionamento do capitalismo que é o lucro, uma vez que as organizações se valem de tais estratégias comunicacionais visando justamente legitimar um modo de vida, garantir que seus clientes continuem fiéis à marca e que o hábito de fumar permaneça atraente, conquistando cada vez mais consumidores, a começar pelos jovens, público essencial para a perpetuação do consumo de cigarros.

A atividade, então, passa a ser retratada na perspectiva do filme de modo a associar a imagem do profissional de relações públicas à busca incessante pelos lucros das organizações,

pouco considerando as consequências nocivas de tais estratégias para os públicos da empresa e para a sociedade de uma forma geral.

Ainda neste sentido, o termo “causador de dor e sofrimento” cristaliza uma crítica interessante à forma como a indústria de cigarros opera, já que mostra que a responsabilidade sobre os problemas de saúde causados pelo fumo não decorre somente das escolhas individuais de consumo, mas sim de todo um sistema que legitima o ato de fumar como uma prática supostamente saudável.

Esta assertiva fica ainda mais explícita quando Nick sai em sua missão para fazer calar o personagem de Marlboro Man, o *cowboy* e garoto-propaganda da marca de cigarros, que após anos figurando como o símbolo máximo do estilo de vida associado ao fumo se vê em um estado terminal devido ao câncer de pulmão.

Já os termos “lobista”, “porta-voz” e “mediador”, mostram de maneira neutra como o personagem de Nick pode ser identificado, pois deixam clara somente a função desempenhada por ele no contexto da organização onde trabalha. Tais construções explicitam que o profissional de relações públicas pode ser visto como um mediador entre os objetivos da empresa ou organização e os grupos de interesse a quem devem prestar contas, como seus clientes, fornecedores, o governo, a mídia, os órgãos de regulação de saúde, organizações não-governamentais e a sociedade, de uma maneira geral.

O relações-públicas, portanto, pode ser visto como o “advogado da marca” – termo utilizado para caracterizá-lo no contexto narrativo de Obrigado por fumar – pois é de sua responsabilidade defender os interesses, objetivos e finalidades da organização à qual presta seus serviços. Além disso, pode-se afirmar que Nick é, de fato, um lobista, uma vez que presta serviços à organização que constituem essa prática, defendendo seus interesses frente à órgãos governamentais e políticos.

Ademais, por ser o principal porta-voz das indústrias de cigarros e do centro de pesquisas médicas sobre o fumo e seus danos à saúde, o personagem de Nick Naylor é visto como um homem cínico que usa de seu forte poder de argumentação para convencer as pessoas de que não existem estudos conclusivos que associem o consumo de tabaco aos danos à saúde, como o câncer. Para Nick, o ato de fumar é fruto da liberdade de escolha das pessoas e as empresas de cigarros não podem ser responsabilizadas por isso.

O personagem principal da trama é visto como “enganador” e “manipulador”, um lobista dotado de um enorme talento para a persuasão e que não possui escrúpulos em defender a indústria de cigarros nos EUA. Nick Naylor justifica essa característica de sua

personalidade como uma “flexibilidade moral” quando é questionado por seu filho, que tem o pai como exemplo.

O elemento persuasivo em Nick parece ser seu principal trunfo para projetar uma imagem positiva da indústria do tabaco frente à sociedade, onde se vale de uma argumentação poderosa no sentido de minimizar os efeitos nocivos do consumo de cigarros, bem como associar o fumo à um estilo de vida saudável e atraente. Nick, em uma de suas frases emblemáticas no decorrer da trama diz: "A beleza de um argumento é que, se você argumentar corretamente, você nunca está errado". (OBRIGADO por fumar, 2005)

A forma como o filme retrata a mídia, de uma maneira geral, também se destaca por sua crueza e pessimismo. Os grandes meios de comunicação, que acompanham a guerra travada entre as indústrias de cigarros, representadas pelo personagem principal e pelo senador Finistirre, realizam uma cobertura midiática sensacionalista, que explora de maneira cínica os diversos casos de pessoas debilitadas fisicamente pelo fumo.

Os jornais e emissoras de televisão que noticiam os acontecimentos no contexto narrativo parecem estar mais interessados em conseguir uma maior audiência através do sofrimento alheio do que propriamente fazer com que seu público adquira uma visão esclarecida sobre os malefícios causados pelo consumo e vício do cigarro.

Uma visão que corrobora com tais questões é a própria forma como Heather, a personagem de uma jornalista que deseja realizar uma entrevista com Nick, é retratada. Inicialmente, Heather se aproxima de Nick com o intuito de obter informações e a opinião do relações-públicas sobre toda a polêmica criada com o caso da trama judicial envolvendo os riscos e danos causados pelo consumo de cigarros na narrativa.

Depois de algum tempo, Heather passa a se envolver amorosamente com Nick, que por sua vez lhe concede informações privilegiadas sobre a indústria de cigarros, confiando em seu sigilo e tratando as questões de maneira mais sincera e crua, comportamento que o leva a lhe proporcionar detalhes que ficariam fora do alcance da mídia e, conseqüentemente da opinião pública.

Após conseguir todas estas informações, que certamente não conseguiria através dos meios tradicionais do jornalismo investigativo, Heather veicula uma grande reportagem sobre a indústria de cigarros e sobre como Nick busca somente a aceitação pública das organizações que defende, não dando nenhuma importância para os malefícios de que seus consumidores estão expostos, o que termina por retratá-lo como um profissional sem escrúpulos.

Em outras palavras, Heather - a personagem que representa a figura do jornalista na trama – desempenha um papel tão cínico e imoral quanto Nick, já que se valeu das informações conseguidas através da intimidade criada a partir de um relacionamento amoroso, que no final pode ser visto apenas como um meio para que ela atingisse seus objetivos. Tal estratégia de Heather acaba por resultar na demissão de Nick das organizações que defende, fazendo com que o personagem passe a se voltar para trabalhos prestados à outras organizações.

O jornalista, portanto, também é representado de maneira estereotipada e negativa, mostrando um profissional que justifica seus fins pelos meios, se valendo de qualquer tipo de empreitada, seja ela anti-ética, imoral ou não, para atingir uma determinada finalidade.

O que pode-se entender através desta perspectiva é que a Comunicação Midiática, de uma forma geral, é vista na sociedade de forma negativa, pois os termos e construções simbólicas associados ao campo parecem sempre reiterar a faceta da manipulação, da ausência de ética e de escrúpulos e até mesmo das práticas desonestas utilizadas por profissionais da área.

## **2.5. Relações Públicas no contexto da estratégia em Marketing Político: análise sobre a narrativa de Tudo pelo poder (2011)**

### **2.5.1. Informações:**

Título (em português): Tudo pelo poder

Título original: The ides of march

Ano: 2011

País: Estados Unidos da América

Duração: 101 min

Direção: George Clooney

Distribuição: Columbia Pictures

Gênero: Drama

Sinopse: Stephen Myers é um membro da equipe de comunicação do candidato à vaga do Partido Democrata para a presidência dos Estados Unidos, Mike Morris. Nas vésperas da escolha do partido ser feita, o idealismo de Stephen é derrotado pelo jogo político, no qual acaba se envolvendo para tentar eleger Mike.

Tema(s) do filme: Os bastidores da corrida eleitoral pela presidência dos Estados Unidos, bem como as estratégias de comunicação utilizadas e o jogo político engendrado nas campanhas.

### **2.5.2. Dinâmica da narrativa**

A narrativa de Tudo pelo poder pode ser segmentada de acordo com os seguintes sintagmas:

*Prólogo:* 1 min – Stephen entra no auditório onde será realizado o discurso do candidato Mike Morris. Ele ensaia algumas palavras. Em seguida, a corrida presidencial é apresentada através de reportagens de revistas e jornais, sendo narrada por uma repórter televisiva, em voz *off* e sincronizada por uma música que utiliza tambores e denota um tom patriótico.

*Ato I.* 4 min – A trama apresenta o personagem de Paul, juntamente com o de Stephen, nos bastidores dos comícios e discursos. Também é apresentado o personagem de Tom Duffy, assessor do candidato concorrente, que se revela como um antagonista inicial na trama.

*Ato II.* 13 min – A narrativa passa a centrar seu enfoque nos bastidores da corrida presidencial, mostrando o cotidiano dos profissionais de comunicação que trabalham na campanha, bem como suas estratégias para gerir as relações com a imprensa, os candidatos concorrentes, a opinião pública.

*Ato III.* 19 min – Tom Duffy, assessor do candidato concorrente, liga para Stephen e diz que possui informações privilegiadas da campanha. Stephen aceita o convite e se reúne com Tom. Tom o convida para mudar de lado e passar a trabalhar para o outro candidato, além de tentar fazer Stephen acreditar que sua campanha está perdida se não conseguirem o apoio do personagem do Senador Thompson. Começa aí o jogo de bastidores pela corrida presidencial.

*Ato IV.* 26 min – Stephen passa a se envolver amorosamente com Molly, estagiária na campanha de Mike Morris.

*Ato V.* 35 min – Stephen conta a Paul que se encontrou com Tom, da campanha do candidato concorrente, o que gera um conflito entre eles. No entanto, entram em um consenso de que devem buscar o apoio do Senador Thompson, caso queiram vencer a eleição.

*Ato VI.* 39 min – Stephen, Paul e Mike Morris, o candidato democrata, se reúnem e Mike rejeita a ideia de pedir apoio a Thompson, devido a suas divergências ideológicas.

*Ato VII.* 45 min – Stephen descobre do envolvimento amoroso de Molly com o candidato Mike Morris, que por sua vez é casado. O fato, caso venha à tona na imprensa, pode encerrar a trajetória de Mike como candidato. Stephen, que via Mike como um idealista, assim como ele, passa a enxergá-lo como uma pessoa inescrupulosa. Seu personagem então sofre uma reviravolta na trama.

*Ato VIII.* 54 min – Stephen descobre que o encontro com Tom foi relatado a uma jornalista por alguma fonte. O que pode virar notícia e lhe custar o seu emprego.

*Ato IX.* 60 min – Stephen descobre que quem vazou a notícia de seu encontro com Tom foi Paul, traíndo sua confiança. Stephen é demitido por Paul.

*Ato X.* 66 min – Molly descobre que Stephen foi demitido e associa sua demissão ao fato de Stephen saber sobre seu envolvimento amoroso com Mike Morris. Molly faz um aborto, pois estava grávida de Mike.

*Ato XI.* 70 min – Stephen se reúne com Tom e descobre que todo o seu afastamento havia sido planejado por ele e Paul. Tom nunca havia tido a intenção de contratá-lo.

*Ato XII.* 72 min – Stephen volta ao hotel onde estava hospedado e encontra Molly morta. Ela se suicidou pensando que seu envolvimento amoroso com Mike Morris havia sido revelado à mídia.

*Ato XIII.* 75 min – Stephen se reúne com o Senador Thompson e negocia um cargo importante com ele, em troca de seu apoio a Mike. Thompson ainda não sabe que Stephen havia sido demitido da campanha.

*Ato XIV.* 79 min – Stephen se reúne com Mike Morris e, sabendo de seu envolvimento com Molly, o chantageia em troca de seu silêncio sobre todo o ocorrido, para obter novamente uma posição na equipe, dessa vez como coordenador geral da campanha e fazendo com que Paul seja demitido.

*Ato final.* 89 min – Stephen assume a coordenação da campanha. Thompson declara seu apoio a Mike Morris. Paul é demitido.

### **2.5.3. Pontos de vista**

A narrativa apresenta diversos aspectos interessantes do ponto de vista cinematográfico. Pode-se verificar a presença de cores vibrantes e fortes em um primeiro momento, sendo compostas principalmente pelo vermelho e azul, cores da bandeira estadunidense e que representam o candidato Mike Morris.

Porém, à medida que o personagem de Stephen adentra no jogo político e seu personagem se torna cada vez mais frio e calculista, as cores da narrativa também acompanham o processo, passando a destoar mais para os tons azuis e escuros.



Figura 19 - Plano do filme Tudo pelo poder (composição das cores do plano)

A utilização das cores também denota sua crítica à campanha presidencial de Barack Obama, com uma estilização bastante similar aos cartazes de sua campanha, como observa-se nas imagens a seguir. O estilo tipográfico, bem como a pose na foto e as cores utilizadas são muito semelhantes às utilizadas na campanha, sendo impossível não associar as imagens.



Figura 20 - Plano do filme Tudo pelo poder (estilização dos cartazes utilizados)

O jogo entre luz e sombra também é um elemento muito utilizado no filme. Em diversas oportunidades, tanto Stephen, como Paul e Tom, assessores e estrategistas políticos, são colocados em cenários onde predominam as sombras. O filme dá a entender que estes profissionais, quando se reúnem para discutir seus próximos passos e estratégias, são

agentes que atuam no escuro, nas sombras. Dessa forma, são vistos como agentes não somente em frente às câmeras, mas principalmente jogadores que atuam nos bastidores.



Figura 21 - Plano do filme Tudo pelo poder (utilização de luz e sombra na composição do plano)

Sob o aspecto narrativo, o filme apresenta unicamente como narrador a voz *off* de repórteres e jornalistas que expõem o cenário da disputa eleitoral, das poucas vezes em que este recurso é utilizado na história. O protagonista Stephen em nenhum momento assume a narração, deixando-a a cargo da cobertura da mídia, que mostra os agentes deste embate através de colagens de reportagens de jornais, revistas e coberturas televisivas.

Ao longo da narrativa, o movimento de câmera mais utilizado é o de *travelling*, seja ele lateral ou frontal, acompanhando o personagem de Stephen caminhando em direção a seus encontros com cada um dos personagens da trama. Todas as vezes em que este recurso é utilizado, uma música que traz uma atmosfera de tensão o acompanha, fazendo com que o espectador se sinta encurralado como Stephen. A todo momento a narrativa parece perguntar: como o personagem de Stephen encontrará uma saída?

A montagem do filme segue um roteiro bastante enigmático e que se desenrola somente nos últimos minutos do filme. As cenas de diálogos são longas e muitas vezes sem cortes, dando o tom para uma narrativa onde é difícil saber quem está falando a verdade. O filme parece pedir para ser lido em suas entrelinhas, assim como o jogo político.

#### 2.5.4. Cena em destaque

Como cena em destaque, o último plano é bastante emblemático, em que Stephen Myers se dirige ao local onde realizará uma entrevista, tendo sido nomeado o chefe da campanha de Mike Morris – após chantagear o candidato à presidência, um personagem que se revela tão vil quanto o próprio Stephen.

Nesta cena, filmada em plano-sequência, trazendo o rosto de Stephen Myers, o relações-públicas, em primeiro plano e realizada através de um *travelling* que acompanha e enfoca a feição do personagem no trajeto até as câmeras, a voz de Mike Morris se sobressai realizando uma sincronia com a imagem de Stephen.

As cores dos planos são frias, assim como o cenário, uma quadra esportiva, possivelmente em algum colégio, mas sem nenhum espectador, com as luzes apagadas. Stephen caminha nas sombras até o local onde vai dar o seu discurso. Todos estes elementos transmitem o cinismo e a frieza do jogo político.

Enquanto Mike está dando um discurso em um comício realizado em prol de sua campanha, Stephen se dirige às câmeras, onde em instantes também realizará sua fala. O candidato à presidência diz em seu discurso inflamado:

O senador Thompson e eu estamos orgulhosos de trazer integridade de volta às eleições. Pois tudo isso tem a ver com integridade. Quem somos. Porque a imagem que projetamos para o mundo importa. Dignidade importa. Integridade importa! Nosso futuro depende disso! (Tudo pelo poder, 2011)



Figura 22 - Plano do filme Tudo pelo poder (primeiro plano do personagem principal, Stephen)

Neste momento, o clamor e o entusiasmo do discurso do candidato contrasta com o cinismo e frieza da imagem de Stephen Myers, projetados em justa-posição. Tal sequência mostra o intuito de retratar o cenário político como um ambiente onde só aqueles que não possuem escrúpulos podem triunfar - e a integridade é o que menos importa.

### **2.5.5. Considerações a respeito do filme e sua relação com a representação do profissional de Relações Públicas**

Na narrativa de Tudo pelo poder, o diretor de comunicação Stephen Myers, interpretado por Ryan Gosling, é um idealista. Apaixonado por política, trabalha como assessor de imprensa para Mike Morris, representado na película por George Clooney, governador democrata, candidato à corrida presidencial nos Estados Unidos.

O filme centra sua encenação no jogo político permeado por trapaças ao qual o personagem Stephen Myers vai lentamente se integrando, cedendo à perspectiva de carreira bem-sucedida, em detrimento de seus princípios e valores.

O profissional de comunicação que desempenha funções de relações públicas se vê obrigado a participar de artimanhas e estratégias antiéticas para continuar no jogo político. O destaque fica para os bastidores deste ambiente, as estratégias de comunicação e as formas de persuasão utilizadas para construir a imagem dos candidatos na corrida eleitoral.

A película tem como centro um personagem que no início era idealista, respeitado e talentoso, mas que se corrompe ao perceber que a única forma de sobreviver no jogo político é ser mais cínico que seus colegas de profissão, invertendo a trama e ditando as regras de maneira implacável, para que no final alcançasse seus objetivos - estratégia que acaba bem sucedida.

Ainda que o filme faça claras menções à campanha de Barack Obama para a presidência dos Estados Unidos, imitando até mesmo a estilização de seus cartazes, e construa uma crítica à sua atuação política, já que assim como Mike Morris, muitas de suas promessas de campanha não foram cumpridas e seus eleitores se depararam com um político diferente daquele que imaginaram, a crítica principal do filme parece ser outra.

A narrativa enfoca nos processos que estão por trás das grandes campanhas políticas, especialmente no trabalho meticuloso dos assessores e profissionais de comunicação que se

dedicam a construir uma imagem positiva do candidato, imagem esta que muitas vezes é incongruente com o perfil que tais candidatos guardam em sua personalidade, assim como Mike Norris.

Tal problematização levanta uma questão importante a ser debatida, uma vez que mostra ao espectador um universo político onde os candidatos, aqueles que devem representar o povo e seus interesses, não passam de meros produtos, que podem ser editados, moldados, formatados, assim como seus próprios discursos e plataformas de campanha, que pretendem se tornar mais palatáveis aos eleitores, angariando assim um maior número de votos através de estratégias de marketing político. No final, a busca pela transformação da sociedade parece uma ideia ingênua, restando somente a já conhecida fome pelo poder.

A obra, então, tenta transmitir a ideia de que na contemporaneidade não são mais os discursos que importam e sim as ações – ou pelo menos a aparência de uma atuação voltada para determinadas demandas sociais. A partir desta perspectiva, do ponto de vista temático, Tudo pelo poder flerta com o lugar-comum, uma vez que tece uma análise do cenário político que nada apresenta de novo, a não ser o protagonismo dos profissionais de comunicação, e em especial do relações-públicas, como um agente de dinamização destas estruturas, seja para o bem ou para o mal.

Neste contexto, o cartaz do filme, ganha um ar de provocação, trazendo uma capa de revista onde metade do rosto é do assessor, personagem de Stephen, e a outra metade é do candidato, personagem de Morris, além do questionamento: “É este homem o nosso próximo presidente?”



Figura 23 – Cartaz do filme Tudo pelo poder

A imagem constitui-se do intuito de mostrar o papel dos articuladores políticos e comunicacionais, como os profissionais de jornalismo, relações públicas e publicidade, na construção da imagem e reputação dos políticos, transmitindo a ideia de artificialidade de tal tipo de construção.

Através da análise dos diálogos presentes no filme, é possível observar a predominância de certas construções simbólicas que representam socialmente o profissional de relações públicas como os termos “Inteligente” e “Articulado”, que tiveram maior destaque do que os demais durante o decorrer da película.

Tais construções associam o profissional à uma inteligência superior quando o quesito envolve a habilidade de se relacionar com pessoas e se valer de suas competências comunicativas para articular cenários favoráveis à organização ou pessoa que o relações-públicas presta serviços, fornecendo ferramentas para que a atuação seja pautada no mútuo entendimento entre o cliente e seus públicos.

Ademais, os termos “Charmoso”, “Sedutor” e “Atraente”, expressões que fazem referência aos atributos corporais do profissional, aparecem com expressiva frequência. De certa forma, tal informação pode ser um indício de que o corpo é um fator importante para a profissão, já que o profissional de relações públicas deve transmitir em sua aparência a credibilidade que pretende construir através de suas estratégias de comunicação. Neste momento, o fator estético aparece com grande destaque pois o personagem vivido por Ryan Gosling, tido como um galã contemporâneo em *Hollywood*, se revela na narrativa como um tipo sempre alinhado, bem vestido e com uma postura impecável, assim como o candidato à presidência, Mike Morris, vivido por George Clooney na película.

Em outras palavras, a narrativa sugere que o profissional de relações públicas deve não somente projetar uma imagem positiva e confiável de seu candidato, mas o próprio relações-públicas deve portar os sinais corporais que o diferenciam e o mostram como um indivíduo que transmite consistência e credibilidade através de atributos estéticos.

Não menos importante, as construções simbólicas “Desleal” e “Manipulador”, que caracterizam o profissional de RP no filme, também aparecem com destaque e mostram a associação da profissão a uma faceta desonesta, em que o personagem não mede esforços para alcançar seus objetivos, visando alcançar o sucesso de seus planos, o que mostra o caráter maquiavélico da trama e de seu personagem principal.

Neste ponto, há que se destacar o próprio título da narrativa, Os Idos de Março – em tradução literal – que fazem menção à data em que Júlio César foi assassinado no senado

romano, no ano de 44 a. C. por Brutus e seus outros conspiradores, além da intertextualidade existente entre o filme e a peça *Júlio César* de William Shakespeare, que também retrata o episódio histórico. Tais aproximações intertextuais conferem um toque elegante e mordaz à narrativa.

Outrossim, do mesmo modo que em *Obrigado por fumar*, Tudo pelo poder traz uma crítica especialmente direcionada ao profissional de jornalismo e não somente ao relações-públicas. A personagem de Ida, desempenhada pela atriz Marisa Tomei, é representada como uma jornalista que dá a entender que troca favores sexuais por informações privilegiadas, além de ser uma personagem que mostra um grande cinismo, contrapondo o idealismo de Stephen, em um primeiro momento na narrativa, talvez por estar a mais tempo no ambiente político e conhecer suas dinâmicas sociais.

A jornalista, então, é representada de maneira bastante pessimista pela narrativa, denotando que a personagem estaria disposta a lançar mão de qualquer estratégia para conseguir informações que lhe rendessem uma boa matéria.

A narrativa, portanto, traz uma perspectiva pessimista não somente às estratégias de comunicação e gestão da imagem política, mas uma crítica aos meios de comunicação de uma forma geral, enfatizando suas contradições.

### **3. CONSIDERAÇÕES A RESPEITO DA UNIDADE REPRESENTACIONAL DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS NO CINEMA**

Após analisar todos os filmes e narrativas propostos por este estudo, fica a seguinte e complicada questão: é possível traçar um perfil representacional do profissional de relações públicas no cinema? Existe uma “unidade representacional” do profissional de relações públicas através das lentes cinematográficas?

Como foi visto, definir com precisão qual seria essa unidade representacional seria um empreendimento difícil já que o próprio conceito de representação social pressupõe que exista uma polifonia de representações sobre um grupo social ou sujeito na sociedade. Assim, o relações-públicas se vê representado de diversas maneiras e pode ser caracterizado através de várias perspectivas.

Dessa forma, pressupõem-se que existam múltiplas perspectivas sobre um determinado sujeito ou grupo social, quando estudam-se as representações sociais. Tais representações sobre o mesmo indivíduo ou grupo podem até mesmo ser contraditórias e ambíguas, trazendo concepções diversificadas a respeito de um mesmo tema. Não seria diferente nas narrativas cinematográficas.

No entanto, é possível reconhecer o predomínio de certos temas e representações que se repetem nos filmes analisados, mostrando o profissional de relações públicas como um agente comunicacional ambíguo e contraditório. Assim, podem ser identificadas uma série de características que frequentemente representam o profissional de relações públicas, ou, ao menos, podem ser reconhecidas certas tensões em que o profissional de relações públicas perpassa nas narrativas em que está presente.

Ora o profissional de relações públicas é visto como visionário, idealista e comprometido com a transformação da sociedade. Ora é representado como vil, anti-ético e inescrupuloso. E mais do que isso, há personagens que guardam em si as duas facetas, que se revelam ao longo da narrativa, como é o caso dos personagens Jerry Maguire (Jerry Maguire, 1996), Eli Wurman (O articulador, 2002) e Stephen Myers (Tudo pelo poder, 2011).

A diferença consiste somente no caminho percorrido por cada personagem, pois enquanto Stephen é idealista no início e se torna inescrupuloso com o passar do tempo, Jerry percorre o caminho contrário. Já Eli Wurman, um RP visionário e preocupado com as

mazelas da sociedade, apenas se rende à hipocrisia das dinâmicas sociais que cercam sua profissão.

Dessa forma, o eixo de representação do profissional de relações públicas gira em torno de temas que se repetem em diversas narrativas. Como primeiro tema a ser destacado, fica a contraposição entre o idealismo do profissional e de seu cinismo.

O idealismo do profissional de relações públicas, traço frequentemente atribuído à sua representação cinematográfica pode ser visto como um dos desdobramentos de seu grande poder como articulador político e comunicativo na sociedade. Dessa forma, ao ser visto como um profissional capaz de transformar a sociedade, guarda em si o desejo de deixar um legado profissional e proporcionar uma transformação que contribua para uma sociedade mais justa ou democrática.

Em contrapartida, o cinismo, traço também característico da representação do profissional nos filmes analisados, é manifestado em oportunidades onde o relações-públicas reconhece que as dinâmicas sociais que cercam seu cotidiano são dinâmicas que dificilmente podem ser alteradas, restando somente a resignação a seu papel de mediador.

Outro ponto de tensão importante a ser destacado é a linha tênue em que os personagens relações-públicas caminham, sendo representados ora em momentos de agir ético, ora em momentos de negligência dessa ética. Tais representações acabam mostrando um profissional que se vê dividido entre as duas esferas.

Como primeiro ponto em destaque, portanto, os filmes que enfocam a profissão de relações públicas sempre trazem questionamentos acerca de como a profissão, e em especial como os agentes comunicativos, os profissionais de RP e os meios de comunicação influenciam a concepção de realidade tida pela opinião pública e de como estes agentes caminham por estas duas tensões, entre o agir ético e a falta de escrúpulos.

A associação do profissional de RP tanto às estratégias anti-éticas de comunicação como ao viés otimista da atividade, em que o profissional se coloca a serviço da sociedade, se configuram como um ponto em comum a todos os filmes analisados, mostrando que a tensão existente entre as duas esferas de atuação, entre a ética e a sua ausência, são um dos pontos centrais da representação do profissional de relações públicas no cinema.

Além disso, em todos os filmes fica clara a associação do profissional de relações públicas à uma inteligência comunicativa acima da média, que o representa sempre como um agente comunicativo dotado de um grande poder de articulação de cenários positivos à seus clientes e um enorme talento para a persuasão.

Ainda que tal habilidade de convencimento seja muitas vezes utilizada a favor de interesses escusos, tal característica pode ser tida como uma representação positiva da profissão uma vez que o RP é visto como um profissional articulado e capaz de passar a credibilidade necessária para cumprir suas funções.

Dessa forma, os filmes analisados frequentemente representam não somente as relações públicas, mas os meios de comunicação de uma forma geral, como atores poderosos na formação e, muitas vezes, na manipulação da opinião pública.

Os relações-públicas, portanto, são representados como mediadores simbólicos entre as organizações públicas, privadas ou não-governamentais e seus públicos de interesse. Assim, tais profissionais assumem a responsabilidade de apresentar a realidade à sociedade através de suas estratégias de comunicação, apoiando-se nos meios de comunicação de massa, como os jornais, a TV, o rádio, o cinema.

O profissional de relações públicas é representado, de uma forma geral, como um dos principais agentes comunicativos e articuladores na sociedade, sendo responsável por fomentar e construir a opinião pública, representação esta que lhe concede um alto poder como influenciador comunicativo.

Assim, o profissional de relações públicas é comumente representado como um ator comunicativo que transita pelos mais variados ambientes sociais, valendo-se de sua reputação para construir relações com atores comunicativos poderosos e elaborar uma dinâmica em que seus clientes se vejam beneficiados de tais relações.

Ademais, os atributos estéticos do profissional de relações públicas também são explorados. Neste ponto também existe uma certa polifonia, pois ora o profissional é representado como um sujeito *low profile*, que faz questão de não chamar a atenção e se manter nos bastidores das dinâmicas comunicativas, utilizando uma aparência discreta, como no caso de Conrad Brean (Mera coincidência, 1997) e Eli Wurman (O articulador, 2002), ora é representado como um galã, como o profissional sempre bem vestido e alinhado, que utiliza seus atributos estéticos para transmitir credibilidade e confiança, como acontece com Jerry Maguire (Jerry Maguire, 1996) e Stephen Myers (Tudo pelo poder, 2011).

Tanto em um caso como em outro, pode-se afirmar que a estética é sim um fator muito importante para a profissão de relações públicas. Para o profissional retratado como discreto, o mais importante é permanecer nas sombras e atuar na articulação de cenários sociais e midiáticos, enquanto que para o profissional de relações públicas representado como galã, o mais importante é saber transmitir e projetar uma imagem positiva.

Além de tais características já citadas, é importante ressaltar, por fim, o papel do relações-públicas de construir e manter uma imagem positiva das organizações e clientes que defende. O profissional é sempre representado como um especialista em engendrar uma imagem assertiva das empresas ou organizações, fazendo com que elas transmitam credibilidade e consistência.

Assim, o profissional de relações-públicas é comumente associado, nas narrativas cinematográficas, à esfera da mediação simbólica e comunicativa entre a organização e seus públicos estratégicos.

Até mesmo quando uma crise de imagem se instala, o profissional de relações públicas, no cinema, é o responsável por contorná-la, construindo estratégias para fazer com que os efeitos negativos desta crise não afetem a reputação da organização defendida.

Dessa forma, no contexto cinematográfico, pode-se apontar que o profissional de relações públicas ocupa um papel central, como estrategista e como referência simbólica não somente nas organizações, mas no contexto social de cada uma das narrativas produzidas sobre o tema.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A busca pelo objetivo deste trabalho, o de descortinar como é representado o profissional de relações públicas no cinema, se constituiu de um propósito desafiador, mas que trouxe muitas reflexões sobre a maneira como o profissional é retratado, além de mostrar quais são suas características frequentemente atribuídas, as construções simbólicas mais recorrentes e seus estereótipos através do olhar cinematográfico.

Tal tarefa pode ser considerada complexa pois as representações sociais encontradas assumem frequentemente um caráter ambíguo e multifacetado. O eixo de representação do profissional de relações públicas no cinema parece oscilar entre tensões que se contrapõem como o idealismo e o cinismo, o agir ético e a falta de escrúpulos, a busca pela divulgação da verdade e a manipulação midiática.

Os personagens relações-públicas, protagonistas dos filmes analisados, são comumente figuras polêmicas e ambíguas, que guardam em si contradições com relação a seus princípios e a sua forma de agir, podendo ser considerados papéis que fogem ao lugar-comum, seja por sua complexidade enquanto personagens, seja por sua transformação ao longo da narrativa.

Além disso, as narrativas permitem entrever como os próprios meios de comunicação são representados, como os jornais, a TV, o rádio, permitindo uma análise, ainda que breve e preliminar, sobre como a mídia, de uma forma geral, é retratada.

Ademais, realizar a análise filmica de narrativas que compõem o objeto de estudo desta pesquisa foi um processo desafiante, mas recompensador, uma vez que se caracterizou em uma experiência enriquecedora ao analisar as representações sociais ligadas ao profissional de relações públicas, área de formação deste autor.

A pesquisa proporcionou um contato maior com os meios de comunicação de massa e em especial o cinema, fazendo com que seus processos de construção simbólica e produção de sentido pudessem ser compreendidos, analisando como as representações sociais são reproduzidas, reconstruídas e dinamizadas através do jogo de luz e sombra cinematográfico.

O papel desempenhado pelo cinema na sociedade, de apresentar certas construções e representações simbólicas, pode ser encarado como um papel importante na disseminação, reprodução e legitimação de tais representações, sendo ao mesmo tempo um agente catalisador e dinamizador da própria cultura.

Em todo caso, tais análises não podem ser consideradas como pontos finais para a questão. Surge ainda a necessidade da realização de diversas pesquisas na área com o intuito de avaliar como essas representações sociais sobre o relações-públicas são manifestadas em outras narrativas, em outras épocas ou até mesmo em outros formatos artísticos, como o teatro, a literatura, a TV, etc.

Levando em conta a maneira como as representações sociais podem impactar na formação dos quadros de referência simbólicos a respeito de sujeitos e grupos sociais, permanece em aberto a questão de como o cinema influencia a percepção sócio-histórica sobre o profissional de relações públicas.

## REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de filosofia**. São Paulo: Martins Fontes. 1998.
- ANDREW, J. Dudley. **As principais teorias do cinema: uma introdução**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora. 2002.
- ARAÚJO, Inacio. **Cinema: o mundo em movimento**. São Paulo: Scipione. 1995.
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.
- BAZIN, André. **O que é o cinema?** São Paulo: Cosac Naify, 2014.
- BELLOUR, Raymond. **Entre-imagens: foto, cinema, vídeo**. Campinas: Papyrus Editora. 1997.
- CAVENACCI, Massimo. **Antropologia do cinema**. São Paulo: Brasiliense. 1990.
- CESARINO COSTA, Flavia. Primeiro Cinema. In: MASCARELLO, Fernando (org.). **História do Cinema Mundial**. São Paulo: Papyrus, 2006. Cap. 1. p. 17-52.
- CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.
- EISENSTEIN, Sergei. **O sentido do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora. 2002.
- FARR, R. Representações Sociais: a teoria e sua história. In: GUARESCHI, P. **Textos em Representações Sociais**. Petrópolis: Vozes, 1995. Cap. 1. P. 31-59.
- FREITAS, Cristiane. O cinema: objeto de uma rede de comunicação relacional. **Revista Sessões do imaginário**, Porto Alegre, ano 8, n. 10, p.23-28, novembro, 2003.
- JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão. In: JODELET, D. (Org.). **Representações sociais**. Rio de Janeiro: Eduerj. 2001.
- JOVCHELOVITCH. Re(des)cobrando o outro: para um entendimento da alteridade na teoria das representações sociais. In: ARRUDA, A. (Org.). **Representando a alteridade**. Petrópolis: Vozes, 2002. Cap. 3. P. 69-82.
- \_\_\_\_\_; GUARESCHI, Pedrinho (Orgs.). **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 1994. Cap. 1. P. 31-59.
- KRACAUER, Siegfried. **O Ornamento da massa**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- LANGIE, Cíntia. A participação afetiva no cinema. **Revista Sessões do imaginário**, Porto Alegre, ano 10, n. 13, p.36-43, setembro, 2005.
- MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & Pós-cinemas**. São Paulo: Papyrus, 1997.

- MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.
- MANNONI, Laurent. **A grande arte da luz e da sombra: arqueologia do cinema**. São Paulo: Editora SENAC; São Paulo: UNESP, 2003.
- MARTIN, Marcel. **A Linguagem Cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense. 2013.
- METZ, Christian. **A significação no cinema**. São Paulo: Perspectiva, 2012.
- MORIN, Edgar. **O Cinema ou o Homem Imaginário**. Lisboa, Relógio d'Água. 1977.
- \_\_\_\_\_. **A alma do cinema**. In: XAVIER, Ismail. **A experiência do cinema: antologia**. Rio de Janeiro: Edições Graal: Embrafilmes, 2008.
- MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes. 2007.
- ORTNER, Sherry. A máquina de cultura: de Geertz a Hollywood. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, p. 565-578, out. 2007. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-93132007000200013&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132007000200013&lng=pt&nrm=iso)>. acessos em 10 set. 2015. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-93132007000200013>.
- SERBENA, Carlos Augusto. Imaginário, Ideologia e Representação Social. **Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas**, n. 52, p. 1-12, dez/2003.
- STAM, R. **Introdução à teoria do cinema**. Campinas, São Paulo: Papyrus, 2003.
- THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna. Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. 3a ed. Petrópolis (RJ): Vozes. 1999.
- VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ; Anne. **Ensaio sobre a análise filmica**. 7ª edição, Campinas, São Paulo: Papyrus, 2012.
- XAVIER, Ismail. **O Olhar e a cena**. São Paulo: Cosac Naify. 2003
- \_\_\_\_\_. **O Discurso Cinematográfico, a opacidade e a transparência**. São Paulo: Paz e Terra. 2005.
- WRIGHT, Charles. **Comunicação de massa: uma perspectiva sociológica**. 2a ed. Rio de Janeiro: Bloch, 1973

## **Filmografia**

- Jerry Maguire** (Jerry Maguire). Dir. Cameron Crowe, Estados Unidos da América: TriStar Pictures, 1996. DVD (139 min.), color, legendado, Port.
- O Articulador** (People I Know). Dir. Dan Algrant, Estados Unidos da América: Miramax Films, 2002. DVD (100 min.), color, legendado, Port.

**Obrigado por fumar** (Thank you for smoking). Dir. Jason Reitman, Estados Unidos da América: 20th Century Fox, 2005. DVD (92 min.), color, legendado, Port.

**Tudo pelo poder** (The Ides of March). Dir. George Clooney, Estados Unidos da América: Columbia Pictures, 2011. DVD (101 min.), color, legendado, Port.

**Mera coincidência** (Wag the dog). Dir. Barry Levinson, Estados Unidos da América: New Line Cinema, 1997. DVD (97 min.), color, legendado, Port.