

O Boletim de Conjuntura (BOCA) publica ensaios, artigos de revisão, artigos teóricos e empíricos, resenhas e vídeos relacionados às temáticas de políticas públicas.

O periódico tem como escopo a publicação de trabalhos inéditos e originais, nacionais ou internacionais que versem sobre Políticas Públicas, resultantes de pesquisas científicas e reflexões teóricas e empíricas.

Esta revista oferece acesso livre imediato ao seu conteúdo, seguindo o princípio de que disponibilizar gratuitamente o conhecimento científico ao público proporciona maior democratização mundial do conhecimento.



BOLETIM DE CONJUNTURA

BOCA

Ano III | Volume 8 | Nº 24 | Boa Vista | 2021

<http://www.ioles.com.br/boca>

ISSN: 2675-1488

<https://doi.org/10.5281/zenodo.5682962>



O AUDIOVISUAL, A DIALÉTICA DO ESPECTADOR E A LINGUAGEM

Michel Goulart da Silva*

Resumo

Neste ensaio discute-se a formação de uma linguagem audiovisual e sua relação com o espectador. Procura-se, por meio de bibliografia específica acerca do tema, mostrar o desenvolvimento do cinema no século XX e as possíveis posturas dos espectadores diante do audiovisual. Ademais, discute-se a necessidade de uma postura ativa por parte dos espectadores diante do audiovisual.

Palavras chave: Audiovisual; Espectador; Linguagem Cinematográfica.

Abstract

This essay discusses the formation of an audiovisual language and its relationship with the viewer. It seeks, through a specific bibliography on the subject, to show the development of cinema in the 20th century and how spectators' possible postures relate to the audiovisual. Furthermore, the need for an active posture on the part of spectators towards the audiovisual has been addressed.

Keywords: Audio-Visual; Cinematographic Language; Viewer.

Não é difícil constatar a presença do audiovisual, em suas mais variadas formas, na sociedade contemporânea, especialmente em função da massificação do cinema, ao longo do século XX, e do rápido desenvolvimento de outros meios de comunicação e da internet, nas últimas décadas. O audiovisual, desde o início do século XX, se tornou presente no cotidiano das pessoas, mostrando tanto imagens que se pretendiam realistas como temas simbólicos ou mesmo fantásticos. Contudo, a ênfase no que deve aparecer na tela não esconde o fato de que, desde os primeiros anos de existência do cinema, este foi uma mercadoria, a ser consumida por uma crescente parte da população.

Desde os últimos anos do século XIX, com o surgimento do cinema, existe algo que se poderia chamar de *espetáculo popular*. Segundo Alea (1984, p. 26, grifos do autor), o cinema “rapidamente se fez ‘popular’, não no sentido de ser expressão do *povo*”, e sim “porque conseguia atrair um público indiferenciado, majoritário, ávido de ilusões”. Outros espetáculos, como o teatro e a ópera, continuavam a ser ainda formas *eruditas* e, portanto, restritas. Rosenfeld (2002, p. 63) afirma que o cinema

não teria eventualmente ultrapassado o estágio de mera curiosidade e de instrumento científico para reproduzir o movimento se a sua invenção não tivesse coincidido com o desenvolvimento de um grande proletariado demasiadamente pobre para frequentar o teatro e os espetáculos não mecanizados.

* Pós-doutorando no Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Doutor em História pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Técnico em assuntos educacionais no Instituto Federal Catarinense (IFC). Este artigo retoma e aprofunda discussões realizadas anteriormente em Silva (2008). E-mail para contato: michelgsilva@yahoo.com.br



Essa contradição da sociedade pode ser analisada levando em conta outros aspectos. O cinema

[...] era totalmente novo em sua tecnologia, em seu modo de produção e em sua maneira de apresentar a realidade. Trata-se, de fato, da primeira arte que não poderia ter existido a não ser na sociedade industrial do século XX e que não tinha paralelo ou precedente nas artes anteriores – nem mesmo na fotografia, que podia ser considerada apenas uma alternativa ao desenho ou à pintura (HOBSBAWM, 2014, p. 366).

Ocupando-se inicialmente de pequenas sequências do cotidiano, como a chegada de um trem a uma estação ou a saída dos operários de uma fábrica, o cinema passou a ser uma diversão para grandes massas, que viviam encantadas (ou mesmo assustadas) pelas maravilhas que brilhavam na tela à sua frente. Segundo Trotsky (2000, p. 35-6), partindo da experiência soviética de nacionalização do cinema,

o desejo de distração, de entretenimento, de diversão e de riso, é um desejo legítimo da natureza humana. Podemos e devemos proporcionar-lhe satisfação cada vez mais artísticas e, ao mesmo tempo, devemos fazer do divertimento um instrumento de educação coletiva, sem constrangimento ou dirigismo inoportunos.

Essa expansão do cinema está ligada diretamente ao desenvolvimento do capitalismo. O cinema “foi se desenvolvendo adotando as formas de uma verdadeira indústria de espetáculo e começou a produzir em série uma mercadoria apta a satisfazer os meios mais variados de gostos” (ALEA, 1984, p. 25). Foram necessárias algumas décadas para que o cinema fosse apontado como grande arte e inclusive passasse a ser sinônimo de “bom gosto”, o que não significa que tenha deixado de ser, “essencialmente, uma Indústria de Entretenimento, que também faz uso de meios estéticos para obter determinados efeitos e para satisfazer um grande mercado de consumidores” (ROSENFELD, 2002, p. 35).

Durante o século XX, o papel de audiovisual de massas também passaria a ser exercido pela televisão, que gradativamente chegou aos setores mais pobres e marginalizados das populações em todo mundo, articulado a um influente sistema publicitário. Sabe-se que

esse tipo de utilização do meio televisivo pela publicidade é chamado pelos profissionais da área de “patrocínio americano”, e o processo da sua transformação para o sistema atual no Brasil foi análogo ao dos Estados Unidos. O surgimento do que lá se chama de *magazine concept* de publicidade consiste na venda de espaços nos variados programas, desaparecendo a figura do patrocinador privilegiado no intervalo comercial, o controle passando para as mãos das redes, que vão ou produzir ou comprar programas de realizadores independentes (RAMOS, 1995, p. 45)

Nas últimas décadas, a internet se mostrou um novo vetor para esse desenvolvimento, o que é atestado, nos anos mais recentes, pela massificação dos aplicativos de *streaming*, com sua variedade de



filmes e séries (SILVA, 2020). Contudo, apesar da mudança na forma de exibição, o audiovisual não deixou de ser uma mercadoria, ainda que as formas de publicidade tenham se tornado mais complexas do que a exibição de comerciais no intervalo dos programas.

No geral, as pessoas que têm uma obra audiovisual à sua frente se limitam a análises superficiais, a passagem de sequência ou as cores utilizadas. O cinema e a televisão, ambas indústrias que reproduzem mercadorias, criaram um público acostumado a assistir às obras audiovisuais de forma passiva, dando maior atenção à narrativa e à “mensagem” que o audiovisual pretende expor ou às emoções que as cenas podem provocar. Esse é o *espectador contemplativo*, cuja relação com o audiovisual “se produz só no primeiro nível”, ou seja, “o espetáculo é contemplado como um objeto em si e nada mais” (ALEA, 1984, p. 49). O espectador pode “satisfazer uma necessidade de desfrute, de gozo estético, mas sua atividade, expressa fundamentalmente numa aceitação ou rejeição do espetáculo, não supera o plano cultural” (ALEA, 1984, p. 49).

Essa postura é fomentada por um tipo de cinema que trabalha sua narrativa de forma naturalista, fazendo com que o espectador seja absorvido por aquela realidade como se entrasse nela. O cineasta e teórico cubano Tomás Alea apontava que a pessoas deveria se postar à frente do audiovisual como *espectador ativo*, que, “tomando como ponto de partida o momento da contemplação viva, gera um processo de compreensão crítica da realidade” e, por conseguinte, “uma ação prática transformadora” (ALEA, 1984, p. 48). Essa perspectiva permitiria orientar o espectador “no sentido de indagar a relação dos sujeitos com os seus objetos de conhecimento, provocando seu posicionamento, questionando as formas de existência humana e promovendo a redefinição de posicionamentos dos sujeitos no mundo em que vivem” (KNAUSS, 1996, p. 28).

Essa perspectiva de uma nova postura do espectador perante a obra audiovisual está relacionada ao debate sobre a linguagem utilizada nessas produções. No cinema,

O movimento da câmera, a variabilidade de seu foco, o espectro ilimitado dos truques fotográficos e, acima de tudo, a possibilidade de cortar a tira de celulóse – que registra tudo – em pedaços e montá-los ou remontá-los à vontade tornaram-se imediatamente evidentes e foram imediatamente explorados pelos realizadores (HOBBSAWM, 2014, p. 366-367).

Essa linguagem não pode ser entendida como algo imutável e estático, mas como um processo vivo que tanto quem narra como quem assiste à obra constroem como parte da realidade concreta. O desenvolvimento da linguagem está ligado de forma indissociável à própria história do cinema, sendo produto da prática de profissionais e artistas há mais de um século, sendo possível defini-la como *sucessão de seleções*. Essas seleções são escolhas feitas com ideias e objetivos claros: “escolhe-se filmar



o ator de perto ou de longe, em movimento ou não, deste ou daquele ângulo; na montagem descarta-se determinados planos, outros são escolhidos e colocados em determinada ordem” (BERNARDET, 1991, p. 37).

Essa linguagem, que no seu início “escrevia antes de saber como escrever” (CARRIÈRE, 1995, p. 27), se modificou ao longo do tempo, ganhando novos elementos, se metamorfoseando, se complexificando, década após década. Não se trata de uma mera experiência limitada a um conhecimento empírico, mas de um processo de desenvolvimento que articula ao mesmo tempo ciência e estética. Sabe-se que “não surgiu uma linguagem automaticamente nova até que os cineastas começassem a cortar o filme em cenas, até o nascimento da montagem, da edição” (CARRIÈRE, 1995, p. 14). Com isso, a linguagem deixa de ser uma simples sucessão de cenas, passando a usar planos mais complexos, sequências pensadas com detalhes e cores, movimentos e enquadramentos, enfim, uma “linguagem apta a contar qualquer coisa” (CARRIÈRE, 1995, p. 27). Essa linguagem se tornou mundial e sua escrita pode ser interpretada em qualquer lugar.

Deste modo, quando observamos a trajetória da linguagem audiovisual, um elemento que salta aos olhos é seu vínculo com uma prática reflexiva. Não haveria hoje uma gramática audiovisual, diversa, controversa, enfim, complexa, se o cinema não fosse marcado pela experiência prática, articulando criatividade, experimentações e reflexão teórica. Não haveria linguagem audiovisual se os cineastas não inovassem na forma de cortar, nos movimentos de câmera, na composição das cores ou na utilização do som. Sua prática e a reflexão acerca dela possibilitou o surgimento de uma linguagem compreensível em todo mundo e em permanente movimento. Segundo Carrière (1995, p. 19), em meados da década de 1920 “já existia uma linguagem verdadeiramente nova, tanto assim que os efeitos específicos que ela utilizava logo se tornaram sinais de convenção internacional, uma espécie de código planetário”. Mesmo que não se conheça o sentido de todos os signos, mesmo que não seja possível ter uma compreensão plena da complexidade de uma produção, é possível entender os diversos aspectos da narrativa e seus sentidos, pois a linguagem utilizada em qualquer lugar do mundo é semelhante àquela que conhecemos em nosso próprio ambiente cultural.

Mas, embora internacional e passível de ser acessada por qualquer pessoa, essa forma de escrita, produto do acúmulo de experiências e reflexões de mais de um século, continua a ser “secreta” para a maior parte das pessoas. Isso se dá não pela sua diversidade e complexidade, mas pela ausência de uma prática reflexiva os torne espectadores ativos. Essa forma de espetáculo “pode aproximar o espectador da realidade sem deixar de assumir sua condição de irrealidade, ficção, realidade-outra, sempre que estenda uma ponte em direção a ela, para que o espectador retorne, carregado de experiências e estímulos” (ALEA, 1984, p. 44). Esse espectador pode não apenas interpretar o audiovisual, entendendo



os meandros e complexidades de sua linguagem, como aprender essa experiência para ler a realidade em que está inserido e transformá-la.

REFERÊNCIAS

ALEA, Tomás Gutiérrez. **Dialética do espectador**: seis ensaios do mais laureado cineasta cubano. São Paulo: Editora Summus, 1984.

BERNARDET, Jean-Claude. **O que é cinema**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.

CARRIÈRE, Jean-Claude. **A linguagem secreta do cinema**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1995.

HOBSBAWM, Eric. **A era dos impérios (1875-1914)**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2014.

KNAUSS, Paulo. “Sobre a norma e o óbvio: a sala de aula como lugar de pesquisa”. In: NIKITIUK, Sonia (org.). **Repensando o ensino de história**. São Paulo: Editora Cortez, 1996.

RAMOS, José Mario Ortiz. **Televisão, publicidade e cultura de massa**. Petrópolis: Editora Vozes, 1995.

ROSENFELD, Anatol. **Cinema: arte & indústria**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.

SILVA, Michel Goulart da. “Cinema, história e política”. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, vol. 4, n. 11, 2020.

SILVA, Michel Goulart da. “Os Caminhos da linguagem: possibilidade de aprendizagem por meio do audiovisual na EJA”. **Revista de Educação de Jovens e Adultos**, vol. 2, n. 3, dezembro, 2008.

TROTSKY, Leon. **Questões do modo de vida**. A moral deles e a nossa. São Paulo: Editora Sundermann, 2000.



BOLETIM DE CONJUNTURA (BOCA)

Ano III | Volume 8 | Nº 24 | Boa Vista | 2021

<http://www.ioles.com.br/boca>

Editor chefe:

Elói Martins Senhoras

Conselho Editorial

Antonio Ozai da Silva, Universidade Estadual de Maringá

Vitor Stuart Gabriel de Pieri, Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Charles Pennaforte, Universidade Federal de Pelotas

Elói Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima

Julio Burdman, Universidad de Buenos Aires, Argentina

Patrícia Nasser de Carvalho, Universidade Federal de Minas Gerais

Conselho Científico

Claudete de Castro Silva Vitte, Universidade Estadual de Campinas

Fabiano de Araújo Moreira, Universidade de São Paulo

Flávia Carolina de Resende Fagundes, Universidade Feevale

Hudson do Vale de Oliveira, Instituto Federal de Roraima

Laodicéia Amorim Weersma, Universidade de Fortaleza

Marcos Antônio Fávaro Martins, Universidade Paulista

Marcos Leandro Mondardo, Universidade Federal da Grande Dourados

Reinaldo Miranda de Sá Teles, Universidade de São Paulo

Rozane Pereira Ignácio, Universidade Estadual de Roraima