

Estética da recepção cinematográfica – sobre os efeitos receptivos da produção midiática

Juan Droguett

Pós-doutor pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP; doutor em Comunicação e Semiótica, pela PUC/SP, e em Educação, pela Universidade de Salamanca – Espanha. Professor titular do Mestrado em Comunicação, da Universidade Paulista – UNIP. Membro da Associação Internacional de Semiótica do Espaço.

Resumo

Este artigo tem como principal objetivo demonstrar que o cinematográfico é um fenômeno estético da contemporaneidade e que se configura no ato da recepção como efeito da mediação cultural desta mídia. Marca a mudança do modelo clássico de estética, ancorado na produção, para um novo modelo do imaginário social, que salienta os efeitos receptivos no espectador, reconstruído em um processo de identificação até chegar aos sistemas produtivos e de linguagem dos quais o cinema se serve para alcançar este fim. Ancora-se nas teorias da recepção, entendidas sob as categorias da experiência estética no seu caráter relacional: sujeito-objeto, no discurso diegético expresso na ação narrativa, na *aisthesis* – atitude perceptiva do espectador – e na catarse – dimensão comunicativa da recepção.

Palavras-chave: recepção, cinema, imaginário, identificação social e estética.

Abstract

This article's main objective is to show that the cinematographic is an aesthetic phenomenon of contemporaneity that configures itself in the reception act as an effect of cultural mediation of such a media. It indicates the aesthetic classical model change, anchored on production, to a new model of the social imaginary that highlights the receptive effects on the spectator, rebuilt in an identification process until he gets to the productive and language systems from which the cinema takes advantage in order to reach this target. It is anchored on the reception theories, understood as aesthetic experience categories on its relational feature: subject-object, in the diegetic speech expressed through the narrative action, in the *aesthesis* – the spectator's perceptive attitude – and through *catharsis* – reception communicative dimension.

Keywords: reception, cinema, imaginary, social identification and aesthetics.

A cultura audiovisual tem produzido, nos dias de hoje, uma série de transformações que envolvem não só comportamentos objetivos e crenças subjetivas dos seus receptores, mas também gerado confusão entre o princípio de realidade, atrelado ao tempo e ao espaço, e o “simulacro” – uma reprodução técnica do real, graças ao avanço da alta tecnologia. Essa confusão instaurada é fruto de uma saturação visual das imagens, na qual a ficção ocupa um lugar importante: temporalidades cruzadas, justaposição de espaços, discursos fragmentados e mixados fazem parte de uma cenografia virtual sobre a qual se configura o drama social contemporâneo.

A mídia estabelece-se neste contexto em uma equiparação paralela com os discursos ideológicos dominantes, ditando os critérios de autoridade nos quais o científico prevalece sobre o social, e põe em questão a legitimidade mesma da ciência ante o poder dos meios de comunicação, passando pela publicidade, a informação e o “drama social” exposto para o consumo e o espetáculo de massas.

Reformula-se com isso a relação entre as seguintes categorias: social e individual; mímesis e diegésis; percepção e estrutura; e contenção e catarse. A partir destas categorias receptivas, procurar-se-á traçar uma *performance* da experiência estética que tem como matéria-prima a imagem em movimento, mas esse fenômeno só faz sentido graças à mediação do humano na sua condição social.

Para isto, será abordada, na primeira parte deste artigo, a relação do sujeito espectador-receptor com o imaginário cinematográfico, salientando a potencialidade do meio de influenciar os modos de sentir, pensar e agir através das mediações comunicativas. Será feita referência à identidade social como um pressuposto categorial da recepção apresentada nos filmes e, por último, será postulado um modelo prático de apreensão e assimilação dos produtos culturais filmicos, usando as categorias estéticas da recepção que oferecem ao espectador-receptor a oportunidade de um protagonismo na cena social apresentada na tela.

O sujeito comunicacional e o imaginário do cinema

O ser humano é um ser de relação: social, dialógico e comunicacional. A filosofia ocidental e sua correspondente cosmovisão alicerçam, sobre a categoria do imaginário, aquilo que está determinado nas estruturas de imaginário cultural do indivíduo. Portanto,

o imaginário é aquilo que está determinado e o que não está, não é ou possui uma qualidade inferior (CASTOR-IADIS, 1988, p. 198). Por causa disto, um modelo ontológico como este supõe uma instância lógico-identitária e objetiva; a idéia é que o real “esgota” o ser. Tudo o que não se ajusta a este esquema de determinação, uma visão estática do real sustentada sobre os princípios de identidade, aparece como acidente, ilusão ou erro; dito de um modo platônico, não passa de imitação sensível e deficiente do mundo transcendental das idéias, o qual é privilegiado pela tradição de pensamento humano.

Na ordem transcendental, o mundo é povoado de seres relacionais, determinados na sua identidade e realidade, sem participação das variáveis acidentais histórico-sociais e axiológicas. Neste sentido, o conceito de imaginário não passa de uma instância intelectual que reproduz ou imita uma realidade estática e acabada da natureza lógico-inteligível só possível pela via da razão.

No entanto, o conceito de imaginário no cinema alcança um valor preponderante, porque de longe aparece como uma faculdade intelectual passiva no que se refere ao sujeito espectador que interpreta a imagem com a qual se identifica. A compreensão da relação que se estabelece entre a mídia cinema e o espectador se dá a partir das distintas posições ocupadas pelo sujeito na estrutura e na cena social representada, apoiando-se na ênfase identificatória que este estabelece com a posição social, o gênero, a raça, a idade e o contexto das diferentes identidades – nacional, regional ou étnica (ESCOSTEGUY, 2004, p. 130).

A recepção desempenha ativamente uma condição de possibilidade e realização contra a “lógica binária da separação” apontada por Maffesoli. A representação da realidade social sempre é mediada e transformada simbolicamente em uma cristalização do sentido que o cinema propositalmente provoca, graças à veemência de sua intenção comunicativa. Assim, por exemplo, Castoriadis afirmou que o imaginário “não é imagem de...; é criação incessante e essencial indeterminada porque o ponto é dado pelo social, histórico e psíquico de figuras, formas e imagens, a partir das quais se pode falar de realidade”. O que se chama de “realidade” ou “racionalidade” é a obra-prima disto. Segundo Gilbert Durand, o imaginário é o denominador fundamental no qual se situam todos os procedimentos do pensamento humano (DURAND, 2001). Para muitos, o imaginário é transcendental e ontológico; visto na sua acepção social e individual, a própria realização do real enquanto ficção

(DROGUETT, 2004). Na sua chave sociológica, Maffesoli afirmou que o imaginário é “uma reserva latente que assegura a manutenção do querer viver coletivamente” (MAFFESOLI, 1984, p. 125). A condição social é, para o imaginário, o espaço de suas realizações nas quais se reconstrói a imagem do receptor.

O imaginário, entendido como estrutural, transcende e, *a priori*, habilita o cinema desde a sincronidade de sua produção acausal à realização e representação de toda realidade histórico-social produzida, escapando ao esquema da determinação e de sua concomitante lógica bivalente, comum na cosmovisão ocidental.

Efetivamente, o cinema, na sua dimensão de reprodutor do factual, revela a existência de uma lógica das semelhanças dirigidas por causas místicas (CASSIRER, 2001), e não lógicas nem empíricas, deslocadas sobre uma analogia que privilegia o ver, ilusão relacional no cerne de uma estrutura de realidade sempre aberta à produção de sentido e significação.

No cinema, a lógica da semelhança rege o proceder de uma atividade imaginária transcendental que funciona magicamente, pois as imagens funcionam no imaginário pela arte da “magia”, isto é, pelo deslocamento e pela condensação da “energia”, graças à sua capacidade projetiva e criadora. Essa relação intuitiva – estética para Nietzsche – liga a imagem à sua emotividade subjacente e à realidade imediata, própria, fruto de uma apropriação entendida como a encarnação simbólica de uma vivência social profunda.

A atividade imaginária do cinema permite fundir, em um mesmo corpo, o cinema, o histórico e o social, configurando, sob a base do vínculo, a subjetividade e a cristalização simbólica que este meio propicia, as formas mais “acabadas” da objetividade. Deste modo, o real é entendido sempre como um processo, um devir fantástico de emotividade e “numinosidade”, alcançando sua materialização em cristalizações do tempo histórico¹.

O cinema é, assim, uma reinvenção do imaginário, e propõe uma dinâmica na qual prevalece este registro como base, mas em constante fluidez e “peregrinação”, o que revela a natureza plástica e performática da reali-

dade, estruturada e modelada só de modo secundário.

A categoria do imaginário é essencial ao cinema, uma relação mágica que atravessa e liga todos os espaços da realidade que ela mesma anima e realiza, integrando os princípios da moralidade, da diferença dos gêneros e o estatuto da consciência com o inconsciente, essa instância sgnica e nuclear do imaginário que conserva e transmite, em forma de comunicação, o sentir da humanidade, conferindo à existência uma finalidade, por meio da identificação de fragmentos, traços do fluxo representativo, provisoriamente separados do todo. No instante em que a escolha do sujeito espectador-receptor transforma-se em uma experiência intersubjetiva, exterioriza-a e libera-a a modo de catarse, na ordem objetiva da convivência e em um horizonte de sentido que orienta a conduta desse sujeito em torno das instituições e das “idéias diretrizes” da lei, estabelecida culturalmente.

A aposta teórica de Gilbert Durand, ao atribuir poder ao imaginário e à imagem, consiste no poder da emotividade vivificante “para projetar o sentido como saturação simbólica da fissura real”. O imaginário-figurativo do cinema, segundo se entende, salienta a potencialidade do meio com o fim de melhorar o mundo. Nele se resguardam as esperanças da humanidade e se atenua o drama social que vive o planeta. Contudo, a posição de Castoriadis retém o mérito de definir o imaginário desde um horizonte de criatividade que se instaura como instância mediadora entre a “intenção prática” e as “aspirações e disposições pré-reflexivas” que animam todo projeto intersubjetivo de comunicação, sob o modelo coletivo da percepção e de uma orientação para a ação.

Identidade social – pressuposto categorial da recepção cinematográfica

Na dimensão identitária, a sociedade opera e pensa com a ajuda de elementos de classe, propriedades e relações estabelecidas na esfera do multiculturalismo. Neste âmbito, rege o esquema da determinação no qual se liga todo o humanamente concebível. Deste ponto de vista, a existência é uma determinação atrelada ao tempo e ao espaço linearmente pensados. As representações cinematográficas de toda e qualquer forma de vida são a sustentação técnica do pensamento – movimento no qual se potencializa o “conformismo” ante a ordem estabelecida e que se impõe ao sujeito com aparente necessidade objetiva no âmbito das ciências

¹ A numinosidade faz parte do sagrado como resultado de uma experiência anterior à consciência na qual isto se revela. No inconsciente, acha-se uma série de categorias pré-formadoras da **psique**, portadoras de correspondências simbólicas empiricamente demonstráveis (MESLIN, 1992:194), reforçando, com isto, a idéia de que o sagrado é exterior à consciência.

instituídas. As significações sociais que criam necessidades técnico-econômicas na cultura fazem da existência um processo de significação. O poder de realização do imaginário no cinema desloca-se sobre esse horizonte de indeterminação por meio de uma “abertura semântica”, no que se refere ao modo de ser das significações imaginárias que o cinema promove. Estas se relacionam entre si, segundo o modo fundamental das referências sociais.

As referências contemplam possíveis equivalências e pertencas da sociedade instituinte, que mantém a unidade de fundo na forma de vida encarnada na pluralidade das instituições, aparentemente descontadas entre si, mas ligadas pela sincronicidade de uma instância como a cinematográfica.

A noção de identidade se constrói em um jogo que os procedimentos cinematográficos utilizam para trabalhar a estrutura do espaço social da atualidade. Três núcleos de conflito são apontados com este fim na obra de Slavoj Žižek, *Um mapa das ideologias* (1996): o político-ideológico, o racial e do gênero. O protagonismo nos filmes a que hoje se assiste supera os limites supostamente rígidos impostos por estas oposições, demonstrando o quanto há de construção cultural de identidade neles. Tal transgressão vem provocando uma reviravolta que excede a trama da ficção, envolvendo o espectador no processo de recepção dos produtos culturais filmicos.

A subversão que os filmes propõem radica em que, ao estar o relato focalizado no protagonista, o espectador-receptor se identifica com as rupturas que ele realiza, colocando-o no meio de situações conflitantes, do mesmo modo que o personagem principal do filme.

Quanto ao universal ideológico, é possível pensá-lo como um todo, caracterizado por sua completude. Para Žižek (1996), qualquer universal ideológico é realidade ou resultado de uma “cisão constitutiva”, na qual a negação de uma identidade particular transforma essa identidade em um símbolo. Para que exista um universal, é necessário que exista um conteúdo particular que tome seu lugar e que o faça de substituto. Isto leva a pensar nas concepções da totalidade e da universalidade propostas nas narrativas ficcionais dos filmes. Nesse sentido, a ideologia sempre é auto-referencial, define-se por meio de uma distância a respeito de um “outro”, e o distanciamento resulta imprescindível para a constituição do eu, da identidade. Mas é próprio dos sistemas totalitário-fundamentalistas reconhecer o “outro” como a caracterização do próprio inimigo.

A negatividade da qual essa figura está investida tem uma função positiva porque permite a coesão de seus integrantes, suspendendo da coletividade as singularidades de cada um, compartilhando um núcleo de congruência que se sustenta a partir das diferenças com aquele “outro” diferenciado. Ao se perder este ponto “impossível” de referência, a identidade mesma se dilui. O lugar de pertença que trata desses assuntos nos filmes fica em crise porque o ponto de referencialidade – o suporte no qual se estrutura a vida – parece esvaecer. Assim, a tentativa de traçar uma identidade – “outro ser”, outro aspecto, trabalho, forma de pensar – é complexa, uma vez que, em um esquema totalitário, isto não é permitido, significando, em última instância, estar fora dessa esfera social do grupo.

Na relação do sujeito com seu grupo social, ele não está nunca em condições de escolher. O sujeito que pensa pode driblar este paradoxo e ter a liberdade de escolha, tornando-se um sujeito psicótico que mantém certo distanciamento a respeito da ordem simbólica. Esse sujeito totalitário encontra-se nesta posição psicótica e a prova disto resulta do “inimigo” que surge, fazendo a escolha do lado “equivocado”, e paga as conseqüências.

O grupo social fundamentalista é apresentado como uma instituição fechada, hierarquizada, confiando nos pormenores de sua ação, definida nas bordas do franqueável: de um lado, eles; do outro, “os outros”. A questão é o que acontece quando alguém cruza essa fronteira, provocando um verdadeiro colapso na continuidade narrativa. E, sobretudo, para o cinema, é como conseguir que a atitude de um personagem transcenda a história do filme para produzir, ao menos, a fissura no imaginário do espectador.

A questão dos gêneros também é ideológica, pois trata de uma construção cultural e funciona da mesma forma que um universal ideológico. O nível fundamental da ideologia “não é uma ilusão” que mascara o estado real das coisas, mas o de uma fantasia inconsciente que estrutura a própria realidade social, afirmou Žižek (1996).

O universal ideológico dos gêneros estabelece como válido o vínculo sexual homem-mulher e mulher-homem. Outro tipo de relação que possa vir a existir funciona como negação, o que permite ao universal da sexualidade “normal” constituir-se. Certamente, consiste em negar mais uma vez “o outro” para confirmar a própria identidade. O cinema tem trazido ultimamente este motivo de ruptura da adequação entre gênero e sexo. A correspondência entre determinados traços biológicos e psicosssexuais revela esta situação como uma cons-

trução do imaginário cultural na atualidade. É comum, na filmografia de Pedro Almodóvar, por exemplo, aparecerem protagonistas do sexo masculino, às vezes manifestamente heterossexuais, que se sentem atraídos por personagens do mesmo sexo, mas que, culturalmente, se constroem como femininos.

A questão racial também marca a luta de classes: como no caso anterior, uma dimensão que estrutura as sociedades contemporâneas e que demarca fronteiras, ainda que cada vez menos rígidas, graças à mediação que o cinema comercial norte-americano vem fazendo nos últimos tempos, mas o conflito racial sempre vai redefinir a identidade em um jogo de oposições que serve a grupos sociais distintos, para configurar-se na problemática racial. As delimitações que circunscrevem o espaço social, outorgando lugares e papéis fixos e que podem ser transgredidas por aquilo que se entende por raça, gênero e política, são, na realidade, produtos de um entrecruzamento de construções ideológicas.

O foco do filme tem muito a ver com o saber do personagem e sua relação com o saber do espectador. Estes pressupostos de identidade são recursos cinematográficos que os filmes utilizam para possibilitar que o olhar do personagem se converta no olhar do espectador. Um personagem que efetue mudanças e que transgrida a norma social, pela qual a identificação promove uma atitude crítica da instância receptora, além do filme, instala-se no espectador-receptor do mesmo modo como funciona a lei social estabelecida.

Qual seria, então, a importância de promover a identificação – lei empírica do cinema? O filme constitui uma instância valiosa para a formação da crítica, como será visto a seguir.

O gesto político consiste em questionar a ordem universal concreta em nome de um sintoma de repressão que procura o sítio adequado da expressão social de todos “os excluídos” de um modo geral. Nesse gesto de identificação, reafirma-se pateticamente o ponto excepcional da exclusão, inerente à ordem concreta e positivista. Neste sentido, localizar o espectador-receptor no olhar de um personagem é um gesto, no mínimo, audacioso. Isto, talvez, não tenha maiores incidências no imaginário cultural, sempre pronto a reafirmar posições, mas pode, pelo menos, contribuir para dar conta do modo como se estruturam as sociedades nos filmes.

O conhecimento que o cinema pode proporcionar, na sua relação com esta categoria do imaginário, está

diretamente relacionado com a determinação identitária, cuja especificidade só se dá *a posteriori*, ou seja, sob a forma de encarnação da imagem e a cristalização que a mídia possibilita, no sentido da latência das imagens em movimento. Portanto, na trama ficcional que declina, a realidade se constitui como momento final de um recorrente processo de “sublimação” no inconsciente, que permite transformar e canalizar, de forma não-repressora, as fantasias, saturando, por meio da história, a subjetividade e a objetividade, tendo como resultado uma realidade social sempre mediada.

Por uma estética da recepção

A alteridade, como se viu no item anterior sobre os universais ideológicos, é uma trama social muito bem estabelecida nos dias de hoje. A única originalidade deste pressuposto social para a configuração de uma estética da recepção consistiria em equilibrar isto no plano fenomenológico com “a alteridade dos outros”, com todas as figuras evocadas no instante do “toque da carne”, tomada no sentido mais abrangente da expressão: a alteridade do apresentador que se dirige ao espectador; alteridade do agente político com o qual se luta e coopera; alteridade do gestor econômico com o qual se investe em um projeto; alteridade das outras histórias com as quais a do sujeito está entrecruzada; alteridade das responsabilidades misturadas no modo de sentir, pensar e agir do ser humano.

Esta fenomenologia diferenciada do “outro” enquanto “outro” possibilita a concorrência do tema da ética, escapando da alternativa entre o critério simplesmente perceptivo do aparecimento dos “outros”, como nas obras cinematográficas, onde a primazia é a moral do mandato, inerente à chamada da responsabilidade individual.

A intenção, agora, é expor como se configura essa estética da recepção, a partir de suas raízes sociais, com o propósito de avaliar os riscos de um presente calcado nos sistemas de produção da mídia.

Compreender a lógica dos fenômenos sociais, subjetivos e históricos não é tarefa fácil no campo da comunicação, e muito menos no âmbito da cultura midiática, porque esta última marca a aparição da indústria artística e cultural – cinema, disco, vídeo, e os novos modos de difusão das obras (reprodução fotográfica, TV, Internet) – e a inclusão no domínio da arte de novas sensações relacionadas com a imagem em movimento.

Qualquer construção estética é tratada por Jacques Aumont, em *Estética hoy* (2002), no âmbito da “ciência do sensível. Isto equivale a reconhecer cada vez mais a parte material e corporal da sétima arte. No entanto, a crítica se oferece nesse sentido como um campo fértil e exclusivo do ser humano que se interessa pela sua situação na sociedade. O indivíduo, como membro igualmente *a priori* do “outro” e da espécie, aparece visto aqui como um exemplo deste princípio relacional. O nó górdio desta reflexão é tudo o que limita e particulariza o prazer estético, fazendo-o depender das circunstâncias e contingências sociais e históricas a serem exploradas na construção de uma estética da recepção.

Desta maneira, Aumont categorizou o problema estético entre o individual e o social, na base de três categorias que determinam esta relação, explicitadas nos itens seguintes.

- 1) A coerção histórica que liga a existência a uma herança artística e cultural no interior de cada sociedade e do meio, neste caso o cinema. A obra de arte e os produtos culturais que dela derivam não são transmitidos tal qual eles são; pelo contrário, no interior de cada classificação prévia, reside “o clássico”, remetendo o indivíduo à retroação do espectador-receptor que frequenta e exerce seu gosto a respeito de determinados produtos, fazendo do clássico uma categoria cultural.
- 2) A coerção econômico-cultural, que faz do exercício do prazer estético um fator de distinção; portanto, algo que não é desinteressado, que tende a reforçar, confirmar e adquirir certo *status* social.
- 3) A coerção ideológica, destaque da crítica marxista, pode ser concebida como um setor da ideologia e como um “aparelho ideológico” pernicioso se não é bem trabalhado, na medida em que pode estar “camuflando”, na intenção comunicativa, interesses, e os indivíduos acreditam expressar-se como sujeitos, quando, na realidade, limitam-se a reproduzir as opiniões autorizadas pela divisão sociotécnica do trabalho, por meio de instituições especializadas neste tipo de representação artística.

Estas coerções e limitações no exercício espontâneo e livre da arte são de validade universal, para todos os tempos e propósitos. Mas, do ponto de vista de uma estética social, o cinema tem sido o espaço de experimentação por excelência. Falar de uma estética

da recepção cinematográfica significa referir-se ao “espectador-receptor”, e não é o mesmo que assumir o ponto de vista institucional dos sistemas de produção midiática; o espectador é o consumidor de imagens, membro de uma “sociedade de consumo” ou de uma comunidade ideológica – grupo social que orbita o terreno da arte, aquele que aprecia a obra tal como esta é apresentada e se identifica principalmente com a ação que o espetáculo propicia. Sua relação com o novo está, de certa forma, regulada pela instituição midiática que possibilita tal reconhecimento.

Porém, se for preciso levar em consideração as repetidas afirmações do privilégio individual na sua relação com a arte, o espectador-receptor pode “sentir” – Baumgarten, e exercer o “juízo estético” – Kant, mensurando a sua dinâmica e sua “verdade com as do mundo” – Schopenhauer, “encontrando-se com a vida” – Nietzsche.

A estética é um discurso sobre a arte e deve-se reconstruí-lo para falar do valor qualitativo do “admirável” na sua forma prescritivo-simbólica. Só assim se poderá reforçar a idéia de uma estética receptiva do cinema. A estética, para Alexander Gottlieb Baumgarten, é a ciência do conhecimento sensível e, por mais que possa parecer confusa a experiência perceptiva, isto resulta na condição essencial para a descoberta da verdade. A *aiesthesis* ou sensação dá a idéia de conhecer o mundo pela via da intuição, da mesma forma que o faz o conhecimento pela via da razão. O belo não coincide com o verdadeiro, como na metafísica clássica, senão que o belo é igual ao verdadeiro. Conseqüentemente, o belo é igual à capacidade de conhecer o verdadeiro; nisto, a intuição do belo em Baumgarten, como nos empiristas ingleses e pragmaticistas americanos, é superior à razão porque é mais imediata e porque toca incondicionalmente o sujeito.

Por isso, a dimensão receptiva da experiência estética cinematográfica enfatiza a identificação do sujeito espectador e a interpretação que este pode vir a fazer dos filmes a que assiste, descrevendo as “mediações” que conformam sua atividade de reconhecimento ou não no processo de identificação diegética.

As pesquisas de Jean-Louis Baudry em relação ao chamado “aparelho de base” no cinema, metaforizado pela câmera, permitem distinguir uma dupla identificação. A identificação primária do sujeito do olhar na instância representada que resulta condição básica de identificação secundária ou diegética, a identificação

do personagem no representado.

O espectador, afirmou Baudry, identifica-se menos com o representado – o espetáculo – e mais com aquele que põe em ação o espetáculo; aquele que não aparece, mas que se faz ver através do movimento. A identificação primária que Baudry traz à tona refere-se a um espectador-receptor já constituído, que superou a fase de indiferenciação primária da infância, segundo a teoria psicanalítica de Jacques Lacan, e tem acesso ao mundo simbólico. Christian Metz propôs, nos seus escritos, a expressão “identificação primária” para referir-se à fase pré-edípica na história do sujeito, e chamou de identificação cinematográfica aquela em que a identificação com o representado é, antes de tudo, a capacidade do espectador-receptor de identificar-se com o sujeito da visão, com o olho da câmera que viu antes dele (AUMONT, 2002, p. 262-6).

A identificação diegética é aquela que assinala o lugar do espectador nos relatos de ficção e que revela verdades múltiplas da vida em sociedade. Muito além das especificidades da expressão narrativa, há um desejo fundamental de entrar na trama, uma espécie de consentimento, independente da forma e da matéria da expressão construída. Essa captação do espectador-receptor possibilita algo que revela também a identificação original porque toda “história” contada é um pouco a história do ser humano de qualquer tempo e espaço.

Existe atração e fascinação por todo tipo de identificação diegética, em parte pelo caráter analógico da imagem e do movimento, pois existe uma ligação entre o relato e as estruturas edípicas em jogo que constituem a base das relações sociais. O relato fascina porque revive a cena primordial de Édipo, no confronto deste com o desejo e a lei.

O percurso clássico da narratividade cinematográfica oscila entre situações de equilíbrio e de tensão, que marcam o filme do começo ao fim, determinando a catarse do espectador.

Desta forma, a identificação diegética está mais relacionada com as questões sociais que vêm sendo trabalhadas em favor de uma estética da recepção. Talvez a condição indispensável para que um filme possa

ser produzido seja o sujeito espectador a ser construído na trama social, a partir do mosaico descontínuo de imagens, palavras e sons, que constituem as matrizes de todo processo de enunciação no cinema.

Duas categorias da experiência estética concorrem para definir o processo de recepção, como se viu nos parágrafos anteriores: por um lado, a *aiesthesis*, que consiste na atitude perceptiva da recepção prazerosa dos filmes e que concede prioridade ao reconhecimento sensorial por cima do conceitual; por outro, a catarse, que permite ao espectador tanto checar suas convicções, ideais e princípios quanto liberar suas energias.

Na catarse, reside a dimensão comunicativa da recepção cinematográfica, ao propiciar a satisfação do espectador assim como a do “outro”. Esta categoria libera o espectador-receptor de seus interesses práticos e das opressões sofridas pelo determinismo da realidade do cotidiano, transformando-o para a liberdade do juízo estético, aquilo que permite à experiência estética negar a ordem estabelecida, apresentando normas para a atuação prática. A experiência estética, neste sentido, é inseparável da vida social. Esse juízo estético é produzido em liberdade, de forma desinteressada, e não forçada por algum tipo de necessidade que encontra na comunidade ou no grupo social sua máxima de identificação e fundamento.

Desta forma, postulou-se o seguinte quadro abaixo para entender o modo de abordar uma estética da recepção:

Neste quadro, a imagem é a matéria-prima do cinema, “aparelho de base” do emissor que, no filme, adquire a dinâmica do movimento, um efeito de sentido necessário para que o espectador-receptor consinta a mensagem como um efeito social de identificação, e para que se provoque, conseqüentemente, o deslocamento daquele, graças à sua mediação na trama “real” da ficção. Sendo a imagem o significante por natureza, trabalhado no seu aspecto técnico, constitui-se em uma estética da produção imagética. Mas o interesse aqui radica em demonstrar como “as mediações sociais” provocam no espectador-receptor os processos de significação apropriados à experiência perceptiva sensorial da *aiesthesis*, princípio e ideal ético a favor

Imagem em movimento	Efeito de sentido	Emissor	Significante	<i>Techné</i>	Estética
Filme	Efeito social	Mensagem	Significação	<i>Aiesthesis</i>	Ética
Espectador	Efeito de mediação	Receptor	Interpretação	Catarse	Lógica

do desejo, com o fim de alcançar o distanciamento para a interpretação e a crítica no estado de catarse e, por último, entender que a nova lógica do cinema se fundamenta no protagonismo do espectador-receptor nele representado.

No contexto da contemporaneidade, a catarse faz sua entrada no mundo do espetáculo pela via do cinema experimental e do documentário, provocando um certo distanciamento, e na teoria crítica que, na identificação, denuncia uma insatisfação sucedânea pelos interesses de domínio, como reforçou Theodor Adorno, em *Teoria estética* (1982) e em *Dialética do esclarecimento* (1985): fragmentos filosóficos, em co-autoria com Max Horkheimer². Recentemente, a catarse tem sido reconhecida na sua função comunicacional essencial, ao lado da produtiva e receptiva, no âmbito da experiência estética, como uma espécie de fruição de si “na fruição do outro”, sustentando, com isso, o distanciamento do espectador de si, para garantir a experiência libertadora de viver uma condição alternativa à habitual.

Em síntese, o cinema é a invenção moderna por excelência, que sintetiza na tela a complexidade das sociedades cuja diferenciação resulta difícil de perceber, assim como de estabelecer o sentido e a significação do ser humano no mundo. As grandes perspectivas ideológicas – “grandes relatos” –, no horizonte da legitimação da análise social a respeito do coletivo, têm sido esvaziadas do conteúdo além da posição e das diferenças dos limites do afazer humano. Apesar da velocidade e da renovação dos sistemas de comunicação, não se tem produzido conhecimento, só crenças e convicções quando se trata do afã de consumo que apaga o desejo que permite sonhar.

Nas sociedades atuais, as formas em que se cruzam as experiências e as idéias sobre elas, o tempo e o espaço, a história e os projetos, todos encontram como espaço social as cidades, cenários reais nos quais se desenrola a trama mais do que perfeita da vida, da convivência e da morte do sujeito. Anônimos labirintos nos quais os personagens vivem o jogo ficcional da hipercomunicação.

² O problema do conhecimento e do encontro com a verdade, na teoria de Adorno, traduz-se como uma via de acesso para uma reflexão densa e completa acerca da arte e de sua função crítica em relação à sociedade moderna, de forma especial, no que tange a uma generalização simplificadora do ser – fenômeno humano, por meio de um sistema que industrializa, mercantiliza e transforma seus bens simbólicos e espirituais em objetos de consumo.

Em *Sociedade em rede* (2006), Manuel Castells referenciou um mundo interconectado, sociedade e espaço ligando-se por novas redes de comunicação. Tal espaço globalizado coexiste com o espaço cotidiano da maioria da população atual. Este espaço social da recepção é mais local, mais territorial, mais ligado à identidade dos grupos sociais. Tal processo implica a coexistência em uma cidade de estruturas sociais, políticas e econômicas contrastantes, assentadas na dialética dos diferentes setores. Por um lado, o desenvolvimento da informação; por outro, o declínio da indústria. A requalificação e a degradação da mão-de-obra especializada, mais a distinção entre o trabalho formal e o trabalho informal afetam os modelos familiares no uso do espaço urbano, desabrochando em uma multiplicidade de âmbitos sociais fragmentados, sem fronteiras precisas e sem uma verdadeira comunicação de reciprocidade.

A relação entre o espaço social da recepção e o espaço virtual do cinema, no qual os grupos sociais são representados, oferece a oportunidade de vislumbrar a produção de conhecimento, colocando a mídia como o lugar privilegiado e estratégico para a dinâmica da cultura do cotidiano. O cinema, neste caso, produz, de acordo com os índices de consumo, grandes transformações na sensibilidade e nos modos de construir imaginários e identidades.

A consolidação de uma nova cinematografia e, em consequência, de uma nova percepção, calcada na imediatez e na aceleração dos meios de comunicação, articula-se com o advento da alta tecnologia sintética. A proliferação vertiginosa da técnica celebra, na tela do cinema, uma comunhão entre a alta tecnologia e as possibilidades criadoras da sétima arte. O ideário de uma iconografia pós-simbólica nutre-se, entre outras coisas, com o ingresso da tecnologia digital no universo do celulóide. Trata-se da digitalização da tecnologia aplicada à arte, onde outrora reinava a química da fotografia ou da eletrônica analógica da televisão, do cinema e do vídeo. Hoje, a tecnologia infográfica integra ao mundo analógico o sistema de hipermídia. Isto representa a opulência da mídia nos dias atuais e a razão pela qual o cinema tem um papel importante.

Na tela que muda constantemente o peso, o tamanho e o estilo, perdem valor os critérios de direção, expressão e ênfase, devendo ser substituídos por fatores como o tempo e a velocidade. A imagem se metamorfoseia, voltando-se sensível aos fatos e às situações apresentadas. Por isso, reformulou-se a função deste sujeito

receptor em relação ao espetáculo e à fabulação representada. Desapareceram no filme a figura e a função do narrador, assim como a idéia de um público homogêneo, constituindo-se em uma nova estética,

orientada mais para os efeitos receptivos da produção cinematográfica do que para a linguagem técnica que se oculta em favor do protagonismo do espectador-receptor.

Referências

ADORNO, T. *Teoria estética*. Lisboa: Edições 70, 1982.

ADORNO, T. & HORKHEIMER, M. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Zahar Editor, 1985.

AUMONT, J. *La estética hoy*. Madrid: Cátedra, 2001.

_____. *Estética del Cine – espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós, 2002.

CARCHIA, G. & D'ANGELO, P. *Dicionário de estética*. Lisboa: Edições 70, 1999.

CASSIRIER, E. *A filosofia das formas simbólicas*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2006..

CASTORIADIS, C. *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona: Gedisa, 1988.

DURAND, G. *As estruturas antropológicas do imaginário*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

DROGUETT, Juan. *Sonhar de olhos abertos – cinema e psicanálise*. São Paulo: Arte & Ciência, 2004.

ESCOSTEGUY, A C. “Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros da recepção nos anos 90”. In: *Mídia. Br – Livro XII Compós*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2004.

MAFFESOLI, M. *Essais sur la violence*. Paris: Librairie des méridiens, 1984.

MESLIN, M. *A experiência humana do divino*. Petrópolis/Rio de Janeiro: Vozes, 1992.

NIETZSCHE, F. *Humano, demasiado humano*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SCHOPENHAUER, A. *Sobre os fundamentos da moral*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

ZIZEK, S. *Um mapa das ideologias*. São Paulo: Contraponto, 1996.