



# XIII Colóquio Internacional "Educação e Contemporaneidade"



19 a 21 de Setembro de 2019 São Cristóvão/SE/Brasil

ISSN: 1982-3657 | PREFIXO DOI 10.29380

Recebido em: **20/08/2019**

Aprovado em: **23/08/2019**

Editor Respo.: **Veleida Anahi - Bernard Charlort**

Método de Avaliação: **Double Blind Review**

Doi: <http://dx.doi.org/10.29380/2019.13.14.07>

CINEMA, ASPIRINAS E URUBUS OU COMO O CINEMA CONSTRÓI SUAS VERDADES CINEMA,  
ASPIRINAS E URUBUS, O COMO EL CINEMA CONSTRUYE SUS VERDADES CINEMA, ASPIRINAS E  
URUBUS, OR HOW CINEMA BUILDS ITS TRUTHS

EIXO: 14. TECNOLOGIA, MÍDIAS E EDUCAÇÃO

EVELYN FERNANDES AZEVEDO FAHEINA

---

## Resumo

Este texto discute sobre a verdade e a universalidade do cinema com base nos estudos de Aumont (2012), Metz (2007), Martin (2007) e Cabrera (2006; 2010). Seu objetivo é situar o filme *Cinema, aspirinas e urubus*, de Marcelo Gomes, no centro dessa problemática. Do ponto de vista argumentativo, desenvolve a compreensão de que a verdade do cinema não se traduz na verossimilhança do real ou na expressão natural da realidade, mas, sim, na produção de um sentido, de uma possibilidade. O cinema, portanto, possui uma pretensão de verdade, que não tem a intenção de confirmar ao espectador sua veracidade ou falsidade e, sim, de abarcá-lo numa espécie de verdade impingida por intermédio de uma experiência instauradora e impactante.

**Palavras chave:** Cinema, Espectador, Impressão de realidade.

## Resumen

Este texto discute sobre la verdad y la universalidad del cine, con base en los estudios de Aumont (2012), Metz (2007), Martin (2007) y Cabrera (2006; 2010). Su objetivo es colocar *Cinema, aspirinas e urubus*, una película de Marcelo Gomes, en el centro de dicha problemática. Desde el punto de vista argumentativo, desarrolla la comprensión de que la verdad del cine no se traduce en la verosimilitud de lo real o en la expresión natural, sino en la producción de un sentido, de una posibilidad. El cine, por lo tanto, posee una pretensión de verdad que no tiene la intención de confirmar al espectador su veracidad o falsedad y que, más bien, busca incorporarlo en una especie de verdad impuesta mediante una experiencia instauradora e impactante.

**Palabras clave:** Cine, Espectador, Impresión de realidad.

## Abstract

This text discusses the truth and the universality of cinema based on the studies of Aumont (2012), Metz (2007), Martin (2007) and Cabrera (2006; 2010). It aims to place *Cinema, aspirinas e urubus*, a film by Marcelo Gomes, at the center of this issue. From the argumentative point of view, it develops the understanding that the truth of the cinema does not correspond with the verisimilitude or the natural expression of reality, but rather with the production of a sense, of a possibility. The cinema, therefore, pretends to be true without intending to confirm to the viewer its truthfulness or falsehood, but rather by incorporating him into a kind of truth imposed by means of an instaurative and shocking experience.

**Keywords:** Cinema, Viewer, Impression of real

## Introdução

A impressão de realidade gerada no espectador diante de um filme constitui um dos acontecimentos mais espantosos estabelecidos na relação cinema-espectador. A sensação de que estamos assistindo diretamente a um espetáculo quase real conquista em nós certa credibilidade e nos convence do conteúdo veiculado nas imagens em movimento. A duplicidade dos objetos exibidos no cinema se assemelha às “coisas” reais. Carrega em si certa quantidade de indícios de realidade que se apresenta ao espectador de maneira atualizante, no presente de sua percepção, desencadeando-lhe fenômenos de participação – ao mesmo tempo afetiva e participativa (METZ, 2007).

Dado esses fatores que contribuem para conferir realidade à “cópia” (i.e., ao cinema), surpreende-nos, entretanto, que uma obra filmica recorra ao recurso da metalinguagem para problematizar como o próprio cinema, através do cine-propaganda, persuade os personagens-espectadores de que o conteúdo veiculado nas imagens em movimento corresponde ao real, a exemplo de *Cinema, aspirinas e urubus* (Marcelo Gomes, 2004) que abordaremos neste estudo.

Comprometemo-nos, pois, em examinar como a narrativa cinematográfica, expressa na obra em questão, produz efeitos de realidade nos personagens-espectadores do filme. Esclarecemos que não constituirá objeto de nossa análise aspectos como a iluminação, a fotografia ou o som. Procuraremos, entretanto, enfatizar como o diretor, recorrendo à metalinguagem, discute sobre o cinema, em particular sobre sua capacidade persuasória, capaz de levar os personagens-espectadores a terem a impressão de que o visto em tela corresponde à realidade propriamente dita.

### **O efeito de realidade cinematográfico: *Cinema aspirinas e urubus*, um filme de Marcelo Gomes**

*A chegada do trem a estação de Ciotat*, em 1895, parece-nos um exemplo clássico da impressão de realidade causada nos espectadores do filme dos irmãos Lumière. O movimento do trem a vapor vindo em direção à câmera provocou nos espectadores, à época, a sensação de uma eminente colisão. Os elementos visuais exibidos no filme faziam parte de um jogo estabelecido entre o aparato cinematográfico e o espectador, conforme enuncia Manzano (2003), porquanto as imagens em movimento sugeriam um acontecimento real.

Em *Cinema, aspirinas e urubus*, o filme ficcional encontra na exibição do cinema na rua, aliada ao forte impacto emocional produzido nos espectadores, uma forma de representação imagética da impressão de realidade sentida pelo espectador. O filme está centrado na publicidade de um medicamento, aspirinas, que é divulgado através da exibição cinematográfica. Sua narrativa ficcional nos apresenta cenas de um povo pobre do sertão nordestino que, ao ser impactado pelas imagens em movimento, passam a tomar aspirinas, um remédio para dor de cabeça.

O filme se passa em 1942 e conta a história de Johan (Peter Kenath) e Ranupho (João Miguel). Johan é um alemão que emigra para o Brasil por causa da Segunda Guerra Mundial. Ele atravessa o país em seu caminhão divulgando e vendendo aspirinas. Ao passar pelas estradas do sertão nordestino dá carona a Ranupho, um homem simples, pernambucano e de humor ácido que se alimenta do desejo de sair do sertão e ir morar na cidade do Rio de Janeiro com a esperança de viver dias melhores. Ranupho indaga ao alemão em que consiste o seu trabalho. Johan explica que ele é representante de uma empresa que fabrica remédio para dor de cabeça, as aspirinas. Para tal, carrega em seu caminhão um cinema móvel, através do qual apresenta às pessoas este medicamento. Na tela do cinema na rua são mostradas ao povoado cenas encantadoras das cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo, homens e mulheres bonitas, bem vestidas e que tomam aspirinas. A mensagem central transmitida no filme-propaganda das aspirinas é que a vida das pessoas nunca mais seriam as mesmas ao tomarem o

medicamento milagroso.

O filme apresenta o cinema publicitário, que mostra como a construção ficcional influencia e convence o povo pobre do sertão nordestino a tomar aspirina. Nesse caso, o cinema se apresenta como uma verdade, mas não uma “verdade” entendida como a própria realidade sendo mostrada na tela, nem tampouco pelo naturalismo com que as imagens são apresentadas e, sim, pelo sentido expresso na mensagem do filme.

A percepção sobre os materiais filmicos como imagem e som aparece como um dos elementos que possivelmente levaram os personagens-espectadores a ter a impressão de realidade diante do filme visto. No exame realizado por Aumont (2012) em *A estética do filme*, o autor também sinaliza este aspecto como promotor da impressão de realidade. Para ele, de um lado, o movimento da imagem reproduz o real e, de outro, o som restitui o volume sonoro à cena representada. Quanto mais fidedigna é a reprodução sonora ao movimento da imagem, maior é a impressão de realidade causada no espectador.

Na primeira cena em que aparecem os personagens-espectadores vendo o filme exibido na rua é possível observar o modo como o público se admira ao ver e ouvir as imagens em movimento. A cena é composta por um plano-sequência, quase toda em primeiro plano, que se alterna entre espectadores e o produto do seu olhar.

O filme-propaganda exibido aos personagens-espectadores é um documentário em preto-e-branco, com narrador em primeira pessoa e com o artifício da *voz-over*. A cena a qual referenciamos tem início com uma imagem do mapa do Brasil e, em seguida, da cidade de São Paulo, a partir da qual ouve-se a voz do narrador (em voz over) que a anuncia como responsável em cumprir no mundo sua “missão civilizatória”; São Paulo é mostrada no documentário como uma cidade disciplinada e desenvolvida econômica e socialmente. Após esta exibição são mostradas cenas do carnaval, pessoas dançando, sorrindo; ao passo que, ainda em voz over, o narrador noticia o medicamento capaz de eliminar a fadiga resultante da dança carnavalesca e do consumo excessivo de bebidas alcoólicas: “aspirinas, o fim para todos os males”.

Essa descrição, ainda que apresentada de forma sintética, confere ao gênero filmico uma voz própria: a do documentário, enunciada mediante a voz de um narrador que procura defender um ponto de vista, a saber: que as aspirinas são medicamentos milagrosos. De modo performático também são apresentadas cenas que procuram transmitir o modo como as pessoas se sentem ao tomar aspirinas, reafirmando o argumento de seu idealizador.

Nichols (2005) defende a ideia de que a noção de voz do documentário está relacionada a maneira como certa lógica informativa orienta sua organização. Diferentemente da apresentação de uma história que pretende ser convincente (forma como se organizam os filmes de ficção, por exemplo), predomina no documentário a construção de uma trama na qual o diretor traduz seu ponto de vista sobre determinados temas, fenômenos, coisas, pessoas etc.. Assim, a voz do documentário, refere-se ao modo como determinados argumentos ou pontos de vista são transmitidos, ou seja, “os documentários procuram nos persuadir ou convencer, pela força de seu argumento, ou ponto de vista, e pelo atrativo, ou poder de sua voz” (NICHOLS, 2005, p. 74).

Lira (2012) apoiando-se nessas prerrogativas enunciadas por Nichols em *Introdução ao documentário* considera a premissa de que todo documentário nos apresenta um discurso (lógico-argumentativo) que nos revela o lugar de enunciação mediante suas marcas que, reunidas, formam o estilo do diretor.

Essas marcas [...] se traduzem em diversos procedimentos estilísticos que vão das marcas mais notórias como a opção pela narração em voz over (ou dar a voz aos atores sociais numa abordagem mais dialógica) passando pela escolha do

enquadramento, angulação, movimento de câmera, iluminação, à decisão de inserir (e onde inserir) um plano no processo de edição. Trata-se da ‘lógica organizadora’ de um discurso, da construção de uma narrativa com matérias de expressões diversas (imagens-câmera, sons, diálogos, menções escritas e música) visando convencer o espectador (LIRA, 2012, p. 8).

Em *Cinema, aspirinas e urubus*, mais precisamente no plano sequência que mencionamos acima vimos ser construída essa lógica argumentativa organizadora da qual Nichols (2005 apud Lira 2012) faz referência. Os espectadores-personagens são convencidos do anúncio do filme-propaganda, atribuindo-lhe um status de verdade. Em planos que antecedem os descritos acima, o personagem Ranulpho (João Miguel) indaga a Johann (Peter Ketnath) se a exibição do cinema na rua (o filme publicitário) seria capaz de convencer um povo pobre, do sertão nordestino, a tomar aspirinas. A resposta para esta questão logo é apresentada nos planos subseqüentes, nos quais Ranulpho se depara com espectadores (crianças, homens, mulheres e idosos) encantados com as imagens em movimento e que, após a exibição do filme-propaganda, compram o medicamento a Johann.

Este posicionamento assumido pelos espectadores-personagens diante do filme exibido, conferindo certa veracidade ao seu conteúdo, também é bastante comum entre nós espectadores reais. Especialmente porque a depender da maneira como nos posicionamos psiquicamente diante da exibição cinematográfica a impressão de realidade do cinema é reforçada.

Esta posição psíquica na qual o espectador (nesse caso, tanto o diegético como o real, “nós”) se encontra no momento da projeção, de acordo com Aumont (2012) pode ser definida por dois de seus aspectos:

Por um lado, o espectador passa por uma baixa de seu limiar de vigilância: consciente de estar em uma sala de espetáculo, suspende qualquer ação e renuncia parcialmente a qualquer prova de realidade. Por outro lado, o filme bombardeia-o com impressões visuais e sonoras (é a riqueza perceptiva da qual falávamos), por meio de uma torrente contínua e apressada (AUMONT, 2012, p. 150).

Há, portanto, na relação entre espectadores e filme, o que Christian Metz denomina de identificação primária no cinema, sugerindo ser esta uma identificação “pela qual o espectador se identifica com seu próprio olhar e se sente como foco da representação, como sujeito privilegiado, central e transcendental da visão” (METZ, 2007 Apud Aumont, 2012, p. 260). Ainda que o espectador esteja consciente de que as imagens filmicas vistas por ele foram antecipadamente gravadas por uma câmera e projetada em uma tela, é ele quem vê as imagens de um ponto de vista único, através de seu olho. Sendo assim, a capacidade do espectador identificar-se com a ficção está relacionada primariamente à captação de formas, cores, sombras e sons realizados pela câmera e, posteriormente, exibidos em tela.

Cabe-nos lembrar, entretanto, que a identificação do espectador com personagens da ficção da forma psicologista como comumente as pessoas pensam ser não é suficiente para explicar o modo como ocorre o processo de identificação diegética no cinema. Há dois fatores que caracterizam tal identificação, conforme afirma Aumont:

Em primeiro lugar: que a identificação é um efeito da estrutura, uma questão de lugar mais do que de psicologia. Em segundo lugar: que a identificação com o personagem não é tão massiva e monolítica, mas, ao contrário, extremamente fluida, ambivalente e permutável, no decorrer da projeção do filme, isto é, de sua constituição pelo espectador (AUMONT, 2012, p. 268).

Com base nesse entendimento, compreende-se que o processo de identificação do espectador com o cinema diz respeito, como menciona o autor, a um efeito da estrutura e não a uma relação psicológica com algum personagem da ficção. Portanto, a identificação não se limita ao conhecimento das características físicas ou de personalidade de determinado personagem, mas está condicionado ao reconhecimento pelo sujeito-espectador de um conjunto de relações situacionais, os quais estão expressos na filmografia atendendo a uma ordem específica.

Importante ressaltar que a maneira como a própria ficção se organiza, adquirindo certa coerência diegética, também constitui um mecanismo mobilizador da impressão de realidade gerada no espectador diante de um filme, porquanto a disposição de elementos como imagem e som parecem atender a uma:

[...] necessidade orgânica [...] com relação a uma suposta realidade, o universo diegético adquire a consistência de um mundo possível, em que a construção e o arbitrário são apagados em benefício de uma naturalidade aparente (AUMONT, 2012. p. 150).

Dentro do filme que analisamos nesse texto, o cine-propaganda, que divulga os supostos benefícios da ingestão de aspirinas, pode ser considerada analogamente como uma ficção cuja construção diegética é constituída sob os pilares de uma suposta realidade. Disseminada nos filmes através do slogan: “Aspirinas: o fim para todos os males”, o medicamento é visto pelos espectadores como milagroso e assume uma naturalidade aparente. Desse modo, ao admitir o complexo de situações diegéticas exibidas no filme como a realidade propriamente, o espectador-personagem se identifica com a obra ficcional e se posiciona dentro desse universo irreal.

Conforme mencionamos em momentos anteriores no presente texto sobre as duas possibilidades de identificação entre espectador e cinema, quer seja este primeiro com a câmera, quer seja com os personagens, o que também remete a uma “identificação da estrutura” (AUMONT, 2012, p. 268), o fato é que o sistema de representação icônica do cinema adicionado aos processos de identificação cinematográfica “fazem com que o espectador se encontre incluído na cena representada e que se torne, assim, de certa forma, participante da situação à qual assiste” (AUMONT, 2012, p. 151).

Sobre esse assunto, Metz (2007) nos lembra que o processo de participação do espectador com o cinema pode ocorrer em dois níveis: perceptivo e afetivo. No nível da percepção, o autor entende ser este um fenômeno duplo; por um lado, o objeto percebido possui características muito semelhantes à sua existência real, possuindo, desse modo, maiores indícios de realidade; por outro, a percepção ocorre sempre de maneira atualizante, no presente da percepção do espectador. Para Metz existe uma contínua interação entre esses dois fatores, porquanto:

[...] uma reprodução bastante convincente desencadeia no espectador fenômenos de participação – participação ao mesmo tempo afetiva e perceptiva – que contribuem para conferir realidade à cópia” (2007, p. 19).

Na concepção de Metz, o movimento é um dos grandes responsáveis pela forte impressão de realidade gerada no espectador ao estar diante dele. É o que fornece aparência de vida aos objetos duplicados em tela, pois, segundo o autor, acarreta “um índice de realidade suplementar e a corporalidade dos objetos” (2007, p. 20).

Em *Cinema, aspirinas e urubus*, os espectadores-personagens do filme se admiram com a capacidade do cinema exprimir, com toda intensidade, um evento que, embora irreal, tenha todas as aparências

de realidade. No filme, entretanto, não há cenas que demonstrem compreensão por parte dos personagens-espectadores dessa capacidade do cinema. Pelo contrário, há um sentimento de realidade bastante forte, que os induz à crença na existência objetiva do que aparece na tela, e que, posteriormente, leva-os a comprar aspirinas, o remédio para dor de cabeça.

Há, especificamente, uma cena em que o personagem Johann (Peter Ketnath) admite que os filmes exibidos à população pobre têm a capacidade de impressioná-los: “os filmes são muito bem feitos; eles impressionam todo mundo; uma pessoa que nunca teve dor de cabeça vai começar a ter somente para tomar o remédio”. A fala deste personagem ratifica o argumento de Metz (2007) quando afirma que a imagem em movimento nos provoca uma sensação de espetáculo do real. A própria construção do filme permite certa manipulação de indícios da realidade concreta, que leva o espectador a impressão de que o que está sendo mostrado na tela corresponde à realidade propriamente dita. Sendo assim, o cinema assume uma pretensão de verdade, que segundo Martin (2007), não se trata de verdades únicas e incontestáveis, mas uma forma de ver o mundo.

### **Pode o cinema ter algum compromisso com a verdade?**

A despeito da construção da narrativa cinematográfica é importante compreender que ela possui uma espécie de predicação própria. Ela nos diz algo na medida em que “seleciona, exclui e rejeita o que dizer” (CABRERA, 2010, p. 134). O autor explica que, assim como a escrita, por intermédio do argumento, afirma alguma coisa para negar outra, a imagem cinematográfica, ao mostrar algo, também se expressa de maneira precisa, mostrando algumas coisas e não outras.

Cabrera (2006, 2010) entende que o cinema produz uma síntese de saberes e conhecimentos acerca das coisas. Precisamente, ele analisa a possibilidade de se pensar o campo da Filosofia (seus conceitos, teoria etc.) através de filmes, o qual, evidentemente, não está restrito a esse campo em particular, aliando-se, também, ao campo da Sociologia, da Psicologia, da Pedagogia, da História, dentre outros; basta acessar seus escritos para entender isto.

O fato é que para Cabrera (2006), o cinema possui um componente afetivo, o qual, segundo ele, é capaz de oferecer ao leitor de textos, particularmente os filosóficos, um entendimento mais claro da Filosofia, na medida em que exclui de vez as palavras difíceis e ininteligíveis utilizadas, em muitas ocasiões, pela literatura.

Na realidade, ao analisar como o campo filosófico tem expressado seus conceitos e principais questões ao longo dos anos, Cabrera (2006) observa que o cinema aparece como um marco que limita duas maneiras distintas de filosofar: uma essencialmente lógica e racional, pela negação do componente afetivo ou pático (*pathos*) e outra que incorpora a sensação como forma de acesso ao mundo, mediante a negação da razão lógica (*logos*).

Cabrera defende uma “Filosofia logopática” (2006, p. 18), a qual se refere a uma filosofia que privilegia tanto o elemento lógico (racional) quanto o elemento afetivo no exercício da atividade filosófica. Por essa razão infere que a linguagem cinematográfica, ao demonstrar os limites da forma didática (lógica ou pática) de pensamento filosófico é mais adequada que a linguagem literária para evidenciar os limites de pensamentos filosóficos que se detiveram em apreender aspectos da realidade em uma perspectiva unicamente lógica, isto é, sem considerar o elemento afetivo.

Na realidade o que se diz a respeito dos limites da linguagem literária ou sobre o cinema é dito com uma finalidade completamente estratégica, conforme admite o próprio autor. O cinema, para Cabrera pode proporcionar “uma espécie de superpotencialização das possibilidades conceituais da literatura ao conseguir intensificar de forma colossal a impressão de realidade” (2006, p. 28), pois é capaz de oferecer ao leitor um entendimento mais claro da filosofia. Nas palavras de Cabrera:

O cinema ofereceria uma linguagem que, entre outras coisas, evitaria a realização destes experimentos cronenbergianos com a escrita, deixando de insistir em ‘bater com a cabeça contra as paredes da linguagem’, como diria Wittgenstein. Assim o cinema não seria uma espécie de claudicação diante de algo que não tem articulação racional e ao qual, por conseguinte, seria dado um ‘veículo puramente emocional’(equivalente a um grifo), mas sim outro tipo de articulação racional, que inclui um componente emocional. O emocional não desaloja o racional: redefine-o (2006, p. 18).

Segundo este autor, do cinema emergem proposições imagéticas conceituais denominadas de “conceitos-imagem” (CABRERA, 2006, p. 20), os quais não se referem a categorias estéticas, pois sua construção decorre da experiência impactante que o filme produz no espectador. Nos filmes, os conceitos se mostram através do desenvolvimento de conteúdos expressos nas imagem em movimento. Daí porque Cabrera afirma que os conceitos-imagem são conectados a situações que constituem a história de um filme ou que “[...] as situações são no cinema o que as proposições são para a Filosofia escrita: o lugar onde os conceitos explodem e interagem” (2006, p. 134).

Para melhor entendimento do conceito fílmico, Cabrera enumera oito características, sobre as quais produzi a seguinte síntese:

- O conceito-imagem se instaura em uma experiência (entenda-se, aqui, como experiência não empírica) que o indivíduo precisa ter para conhecer e utilizar o conceito, deixando-se ser afetado por ele; 2) o conceito-imagem não transmite ao espectador uma mera informação objetiva, mas um impacto emocional, numa abordagem logopática; 3) a experiência do impacto emocional suscita a ‘redefinição’ dos significados de verdade e de universalidade, por isso o conceito-imagem possui a pretensão de verdade e de universalidade; 4) os conceitos-imagens são constitutivos da totalidade fílmica, embora possamos encontrar, no interior dele, unidades menores que tenham igualmente valor conceitual; 5) os conceitos-imagens podem aparecer nos filmes tanto em um nível literal, quanto em um nível abstrato ou ultra-abstrato; 6) os conceitos-imagens não são categorias estéticas ou classificatórias; 7) assim como o cinema, a Literatura ou a Filosofia são constitutivas de conceitos-imagens; o que os distingue é apenas uma diferença técnica e não estritamente de natureza; 8) os conceitos-imagens propõe problemas e soluções abertas (2006, p. 21, grifo meu).

A conceitualização imagética do filme possibilita sua leitura numa perspectiva inteligível, ou seja, embora não se possa adotar semelhante ordem argumentativa dos conceitos tradicionais, como os do campo filosófico, por exemplo, sua construção conceitual deriva daquilo a que se refere, isto é, da totalidade fílmica ou das unidades menores que tenham igualmente valor conceitual, dando inteligibilidade ao que é mostrado em tela. Nessa perspectiva, a mediação do conceito-imagem é indispensável no processo de compreensão dos problemas que abordam um filme.

Segundo Cabrera, o filme, por intermédio de uma conceitualização sensível, pode-se fazer sentir, por exemplo, a “fome” ou a “seca”, mas é claro que isto não signifique dizer que o apresentado na imagem deva ser aceito, sem distinção, como verdadeiro pelo espectador que assiste a filmes, pois, certamente, não se trata de uma questão de aceitabilidade do conceito-imagem e, sim, de sua compreensão.

Segundo Martin (2007), o cinema nos apresenta, na verdade, asserções imagéticas a respeito da realidade, as quais não resultam senão de escolhas de alguém (geralmente o cineasta) que decide o que será problematizado na filmografia. Sendo assim, todo filme é resultado de uma produção humana e está carregado de significações que expressam seu discurso. Seja qual for o filme estarão presentes, de forma explícita ou implícita, seus posicionamentos frente à realidade social.

Todavia, lembremos que a asserção imagética cinematográfica não está comprometida em convencer-nos de uma verdade e, sim, de nos provocar a emoção para, como isso, fazer-nos entender, mas não necessariamente aceitar, o que é problematizado no filme (CABRERA, 2006). O que na visão de Cabrera pode ser bastante perigoso, haja vista a possibilidade de que uma falsa ideia possa ser aceita pelos espectadores como verdadeira em virtude da capacidade persuasivo-emotivo do cinema. Como afirma o próprio autor:

[...] Fazer intervir elementos emocionais pode ser perigoso, porque, através da emoção, qualquer ideia – mesmo uma ideia falsa, danosa ou monstruosa – pode ser aceita pela força retórica e persuasiva da emoção. Podemos nos emocionar tanto diante de uma coisa falsa como diante de algo verdadeiro (como se verificou durante a época de Hitler, quando discursos falazes ganharam a adesão do povo pela via emocional). A imagem e seu impacto emocional não são, assim, auto-suficientes; precisam de um elemento exterior, de uma informação que não provenha da própria imagem (CABRERA, 2006, p. 40).

Esta questão, conforme admite Cabrera, problematiza a própria pretensão de verdade e de universalidade do cinema, na medida em que anuncia a necessidade de um elemento externo à imagem, capaz de explicá-la. Não obstante este aspecto mencionado pelo autor, sua discussão vai além, pois defende a existência do componente emocional, capaz de interferir na forma pela qual os sujeitos-espectadores concebem certas verdades no filme. Com efeito, a imagem do cinema não está preocupada em nos mostrar uma verdade, mas uma possibilidade de entender a realidade, o que ratifica o caráter universal do cinema.

Convém explicar, entretanto, que a universalidade do cinema não está relacionada à situação segundo a qual todos os filmes problematizam questões semelhantes da mesma maneira, mas que filmes distintos que tratam do mesmo objeto, mas com perspectivas diferentes, geram possibilidades diversas de se pensar sobre uma mesma questão.

Assim, se comparado a uma assertiva ou a uma proposição filosófica, o cinema nos apresenta possibilidades de pensar sobre a “fome” ou a “seca”, por exemplo, de forma diferente das que foram até então propostas, quer seja através da literatura, quer seja por intermédio de outros “textos imagéticos”. Razão pela qual Cabrera (2006) entende ser a universalidade do cinema vinculada à possibilidade de reflexão logopática universal sobre o que é problematizado no filme, pois para ele:

Embora o cinema se volte a particulares, quer seja do ponto de vista das situações, quer seja com relação aos sujeitos para os quais se dirige, ele não desiste de suas pretensões de universalidade. [...]. O que Oliver Stone disse a respeito da guerra se refere à guerra enquanto tal, à ideia da guerra, à guerra em geral, e a história de Ron Kovic não é apenas a história de um rapaz americano que fica paralisado, mas representa um argumento universal a respeito da estupidez da guerra em geral. A emoção que sentimos diante do drama de Kovic não é simplesmente a piedade diante do que aconteceu com uma pessoa em particular, mas *se alimenta de uma reflexão logopática de alcance universal, que nos permite pensar o mundo de forma geral, muito além do que é simplesmente mostrado no filme*. O impacto emocional terá servido não para se prender ao particular, mas precisamente para fazer com que as pessoas cheguem à ideia universal de uma forma mais contundente (CABRERA, 2006, p. 39, grifos do autor).

De acordo com esse entendimento, o componente afetivo ou pático (*pathos*) do cinema auxilia as

peças na concepção da universalidade do cinema de forma mais impactante. De modo que a mediação pática do cinema não serve apenas para emocionar os espectadores, mas para lhes fazer entender, por exemplo, os problemas da guerra, da fome, da seca etc.. O cinema, portanto, possui uma pretensão de verdade, que não tem a intenção de confirmar ao espectador sua veracidade ou falsidade e, sim, de abarcá-lo numa espécie de verdade impingida revelada por intermédio de uma experiência instauradora e impactante com o cinema (CABRERA , 2006).

### **Considerações finais**

No decorrer deste estudo examinamos como a narrativa cinematográfica expressa em *Cinema, aspirinas e urubus*, produz efeitos de realidade nos personagens-espectadores do filme. Ressaltamos, em alguns momentos do texto, que nós, espectadores reais, também podemos assumir posicionamentos que possam reforçar a impressão de realidade do cinema, a depender da maneira como nos dispomos psicologicamente diante dele (AUMONT, 2012).

*Cinema, aspirinas e urubus* nos mostra claramente como os personagens-espectadores diante das imagens em movimento, desligam-se do mundo real, transferindo-se para si aquilo que é mostrado na tela, como real. Marcelo Gomes ao recorrer ao recurso da metalinguagem na produção da obra fílmica problematiza sobre o cinema, convidando-nos a participar da história como se nós (espectadores reais) quem estivéssemos diante do filme-propaganda. Nesse sentido, *Cinema, aspirinas e urubus* é um filme extraordinário, pois se utiliza da produção cinematográfica para mostrar como ela própria é capaz de persuadir os espectadores, convencendo-os mediante a força de seu argumento ou de seu ponto de vista.

## Referências

AUMONT, Jacques. **A estética do filme**. 9. ed. Campinas: Papyrus, 2012.

CABRERA, Júlio. **O cinema pensa**: uma introdução à filosofia através dos filmes. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

\_\_\_\_\_. **Diário de um filósofo no Brasil**. Ijuí: Unijuí, 2010.

CARLOS, Erenildo João. O texto em questão: re-sifnicação conceitual e implicações pedagógicas. **Revista Conceitos**. João Pessoa, v. 06, n. 13, p. 61-73, jul., 2002.

CINEMA, aspirinas e urubus. Produção de Marcelo Gomes. Recife: Rec Produtores Associados, 2005. 1 DVD.

FAHEINA, Evelyn Fernandes Azevedo. O cinema como campo de experimentação do pensamento. **Revista Espaço Acadêmico**, Maringá; v. 10, n. 119, p. 78-85, abril, 2011.

LIRA, Bertrand. A construção da “voz” nos documentários observativos justiça e juízo. **Revista Doc On-line**. Portugal, n. 13, p. 208 -226, dez., 2002.

MANZANO, Luiz Adelmo Fernandes. Som-Imagem no cinema: a experiência alemã de Fritz Lang. São Paulo: Perspectiva: FAPESP, 2003.

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

METZ, Christian. **A significação no cinema**. 2 ed. São Paulo: Perspectiva, 2007.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas: Papyrus, 2005.

Para aprofundamento desse assunto, Cf. FAHEINA, 2011.

A noção de texto-imagem que concebemos é a mesma expressa por Carlos (2002), a qual é sustentada por um campo mais abrangente, no qual outras modalidades de produção do conhecimento além do texto escrito estão incluídas, a exemplo de fotos, ilustrações e o cinema (CARLOS, 2002).

*Pathos* é uma palavra grega que significa sensação, sentimento, paixão.