

Cidade Maravilhosa:
olhares cinematográficos contemporâneos

Amanda de Carmargo Mendes
Isaac Antonio Camargo

Cidade Maravilhosa: olhares cinematográficos contemporâneos

Marvelous city: contemporary motion-picture sights

Amanda de Carmargo Mendes*
Isaac Antonio Camargo**

Resumo: *Busca-se, no presente artigo, entender como recentes produções cinematográficas brasileiras têm contribuído para reafirmar, no país e no exterior, as tradicionais e estereotipadas imagens do Brasil ou para a construção de um novo imaginário, mais próximo da complexa realidade contemporânea brasileira. Para tanto, foram selecionados três filmes, de três diretores internacionalmente conhecidos, que tiveram a cidade do Rio de Janeiro como pano de fundo, e repercutiram nas mídias nacional e internacional: Orfeu, Bossa Nova e Cidade de Deus.*

Palavras-chave: *cinema; mídia; Rio de Janeiro; imagens estereotipadas do Brasil.*

Abstract: *The purpose in this article is to understand how recent Brazilian motion-picture productions have contributed to reinforce, in the country and abroad, the traditional and stereotyped images of Brazil or to construct a new imaginary, closer to the complex contemporary Brazilian reality. To that purpose, three films were selected, from three internationally creditable directors who used the city of Rio de Janeiro as background, and obtained repercussion in the national and international medias: Orfeu, Bossa Nova and Cidade de Deus.*

Key-works: *motion-picture; media; Rio de Janeiro; stereotyped images of Brazil.*

*Graduada em Turismo e Hotelaria pela UNOPAR - Universidade Norte do Paraná. Especialista em Fotografia pela Universidade Estadual de Londrina.

**Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP. Docente do Curso de Especialização em Fotografia da Universidade Estadual de Londrina.

Introdução

O cinema é infinito e não se mede
não tem passado nem futuro.
Cada imagem só existe interligada
à que a antecede e à que se sucede.

O cinema é a presciente antevisão
na sucessão de imagens. O cinema
é o que se vê, é o que não é
mas resulta: a indizível dinâmica.

Vinicius de Moraes

Este artigo acompanha e analisa a repercussão dos *olhares cinematográficos* de diretores brasileiros. Estes “olhares”, em dois casos, reafirmam as imagens estereotipadas do Brasil; num terceiro, busca construir imagens contemporâneas, que substituam ou suplantem as tradicionais, nacional e internacionalmente conhecidas. Para tanto, foram selecionados filmes relativamente recentes, que tiveram o Rio de Janeiro como cidade-cenário e repercutiram junto ao público e à mídia: *Orfeu* (1999), de Cacá Diegues, *Bossa Nova* (2000), de Bruno Barreto e *Cidade de Deus* (2002), de Fernando Meirelles.

A escolha desses filmes não se deu de forma aleatória. Nas produções de Diegues (*Orfeu*) e Barreto (*Bossa Nova*) pode-se observar a insistência em temas que reafirmam a imagem do Rio de Janeiro como a de um cartão postal, a de *Cidade Maravilhosa*, com suas paisagens turísticas e alegorias carnavalescas.

Em contrapartida, a produção de Meirelles (*Cidade de Deus*) desnuda a realidade brasileira e revela seu “inferno pós-moderno”. Nela não há *jogos* de profundidade. Caos e paraíso dividem o mesmo plano. Este filme, que angariou importantes indicações e premiações em festivais internacionais, *projetou e construiu* uma nova imagem do Brasil. Com imensa repercussão midiática, sua temática e estética suscitaram polêmicas. Para alguns, trata-se uma obra-prima da cinematografia; para outros, mera expressão da *estética publicitária*.

O cinema na construção da moderna imagem do Brasil

A simples ida ao cinema mostra-se, muitas vezes, uma experiência reveladora. Filmes de longa metragem projetados na tela branca de uma sala escura enredam sequiosos espectadores em tramas inimagináveis, amores idealizados, grandiosas aventuras vividas por heróicos personagens, o simples cotidiano de uma família atípica. Apesar da diversidade temática, ou das diferentes formas de abordar um mesmo tema, a essência do cinema permanece inalterada: uma série de fotografias em contínuo movimento, produzidas por pessoas e para pessoas, em tempo e local pré-determinados.

O cinema é generoso ao proporcionar a seus espectadores, pelo preço de um ingresso, *viagens* inesquecíveis. Sentados em poltronas que exalam a pipoca, eles são guiados através dos anos e terras desconhecidas, à mercê das intempéries de roteiros imprevisíveis, envoltos em uma aura de *voyeurismo*. Eis a magia da sétima arte!

Essa magia, construída com a revolução tecnológica e a genialidade de muitos diretores, já se manifestava nas primeiras produções contemporâneas. Bernardet (2000) traduz o desconcertante impacto que essas imagens tiveram sobre o “despreparado” público. Muito embora fossem projetados “filmes curtos, filmados com câmara parada, em preto e branco e sem som”, os espectadores assombravam-se. Estes, mesmo cientes do “ilusionismo” cinematográfico, não escapavam da moderna forma de sedução: a fantasia metamorfoseara-se de realidade: “Ilusão de verdade, que se chama *impressão de realidade*, foi provavelmente a base do grande sucesso do cinema. O cinema dá a impressão de que é a própria vida que vemos na tela, brigas verdadeiras, amores verdadeiros.” (BERNARDET, 2000, p.12).

O Brasil, ainda em fins do século XIX, aderiu à novidade, importando não só aparelhagem como a forma de cativar o público. A primeira fase do cinema brasileiro, como destaca Araújo (1985) em *A bela época do*

cinema brasileiro, restringiu-se apenas à projeção de “vistas” de famosas metrópoles capazes de proporcionar, segundo propagandas da época, fantásticas “viagens”. E uma efervescente capital cosmopolita como o Rio de Janeiro contava com espectadores ávidos por “viajar”, dispostos a conhecer, ainda que por intermédio de imagens, capitais europeias e a norte-americana.

A crescente receptividade à nova arte incentivaria empresários, no início do Século XX, a apostar na produção de imagens nacionais que estimulassem o público a se identificar e a se reconhecer, cada vez mais, na tela. O carnaval, a favela, o exotismo e erotismo tropical, o samba, futebol e a malandragem converteram-se em temas recorrentes que contribuíram para construir a imagem cinematográfica – por vezes estereotipada – do país no exterior.

Monteiro (1996, p.14) defende que o cinema tem funcionado, no Brasil, como “instrumento de unificação e expressão da modernidade”. Nesse sentido, se – por um lado – o cinema tem inserido o país num mundo cada vez mais globalizado; por outro, reflete nitidamente os impasses da civilização contemporânea: riqueza *versus* miséria, atraso *versus* avanço tecnológico, trabalho *versus* lazer *versus* desemprego.

Desde os anos 90, apesar da relativa estabilidade econômica do Brasil e de sua credibilidade junto à comunidade financeira internacional, a imagem que tem prevalecido, segundo alguns autores, não é a de um país cada vez mais globalizado, e sim do “inferno pós-moderno”:

Essa cruel realidade, certamente bem mais cruel para os protagonistas do que para os turistas que poderiam se interessar em visitar o Brasil, é uma das situações que podem ser vistas com certa frequência na imprensa estrangeira atual a respeito da nação. Situações que certamente não são fruto da imaginação de um jornalista, tampouco se associam a um inferno criado e desejado pela imprensa. [...] Certamente o resultado não é uma aquarela do Brasil: a imprensa estrangeira retrata a parcela de inferno pós-moderno que o País tem [...] Essa imagem, classificada em unísono como negativa e que gostaríamos de denominar mais apropriadamente de *imagem repulsiva*, simplesmente deixa transparecer o que aflige a sociedade. (BIGNAMI, 2002, p.104).

A construção desse imaginário, contudo, não pode ser atribuída somente ao cinema, mas também a outras formas de produção cultural, sobretudo veiculadas pela mídia (rádio, televisão, imprensa). Imagens reafirmadas ao longo de décadas têm paradoxalmente concorrido para aumentar o fluxo de turistas estrangeiros e – em diversas ocasiões – se constituído em um elemento negativo, provocador de repulsa. Aos olhos do estrangeiro, segundo Bignami (2002, p.104), a imagem moderna “atua da mesma forma que atuaram os relatos de Staden e entre os Tupinambás no século XVI, provocando medo e vontade de afastar-se do desconhecido, ao mesmo tempo em que se tornam centro da atenção mundial, objeto de curiosidade”.

Nesse contexto, torna-se pertinente questionar se as imagens cinematográficas atuais, reproduzindo as mazelas da sociedade brasileira, têm comprometido a indústria do turismo. O diretor Fernando Meirelles, em entrevista ao jornalista Hermes Leal, da *Revista de Cinema*, em 2002, recusa-se a culpar a sétima arte pela projeção de uma imagem negativa do país e o conseqüente refluxo turístico: “Opa! Há uma inversão aí. O problema não está na imagem que o cinema leva, mas sim no país que ele retrata. É como se a Wilza Carla culpasse o espelho por não se ver magra no reflexo.” No que se refere ao filme *Cidade de Deus*, Meirelles afirma: “O presidente da Embratur não precisa se preocupar pois, intencionalmente, em nenhum momento vemos violência acontecendo nas ruas do Rio de Janeiro que se vende ao turista.”

O cinema, assim como outras mídias, tem sido levemente responsabilizado pela propagação de imagens “repulsivas” do Brasil. Neste cenário, torna-se oportuno o comentário do crítico Paulo Emílio Salles Gomes (1980), quando, ao resgatar o papel social da sétima arte, enfatiza que “convém lembrar (sempre), por menos agradável que se considere esta afirmativa, que o cinema brasileiro nos exprime e revela”.

Orfeu no “fantástico” mundo carnavalesco carioca

O cineasta Cacá Diegues, de *Bye Bye Brasil* (1979) e *Deus é Brasileiro* (2003), desde que assistiu indignado à versão de Camus (*Orfeu Negro*, filme de Marcel Camus, 1959), cogitou produzir uma adaptação brasileira da peça de Vinicius de Moraes. Em parceria com o poeta ensaiou, em meados dos anos 70, escrever um roteiro. Mas a morte de Vinicius abortou o projeto, só retomado nos anos 90. Diegues enfatiza que o seu *Orfeu* (1999) está muito distante do “exotismo turístico” da versão francesa, longe, portanto, de ser uma simples refilmagem. Alguns críticos de cinema parecem compartilhar essa sua opinião. “*He has not so much remade ‘Black Orpheus’ as tried to correct it and to bring the mythic resonances of the original play into line with the complicated realities of contemporary Brazil.*”¹ (SCOTT, 2000, p.10).

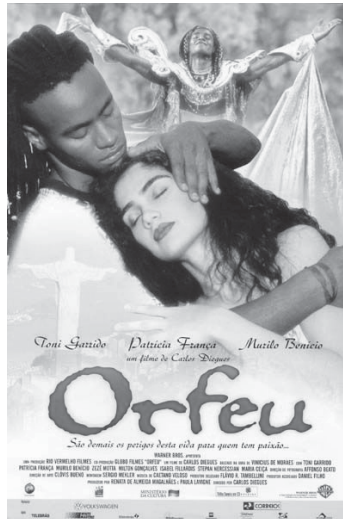


Figura 1 - Cartaz do filme *Orfeu*

¹Tradução livre: “Ele não só não refilmou *Orfeu Negro* como tentou corrigi-lo e trazer as ressonâncias míticas da peça original para inseri-las nas complicadas realidades do Brasil contemporâneo.”

O cineasta passou dois anos pesquisando a favela carioca, contando com a colaboração do escritor Paulo Lins (autor do romance *Cidade de Deus*). Em entrevista à *Folha de S. Paulo*, edição de 20 de abril de 1999, quando do lançamento do filme, Diegues observou que “a miséria não é lírica, a miséria não é engraçada, ser pobre é uma merda. Mas a favela é um ‘trailer’ do Brasil”. Buscando superar a visão preconceituosa, estereotipada e simplista, tenta apreender essa desconcertante realidade de “extrema modernidade material e cultural”. Nesses termos, confessa que:

Descobri o paradoxo principal da favela, que é o de ser uma vergonha social, um gueto de excluídos, mas, ao mesmo tempo, um tesouro cultural. Não só de experiências artísticas, mas também de costumes, de linguagem, de relações humanas, de ética. A favela é uma espécie de ‘trailer’ do Brasil, é um caldeirão tenso, que pode ir para o bem ou para o mal [...]. Não fiz um filme sobre favela [...]. Mas me preocupo com o entorno em que essa história se passa. Não pretendo dar conta dele. Nem cem filmes dariam conta do que se passa hoje nas favelas do Rio. [...] A favela, ao mesmo tempo que é um lugar de extrema pobreza, é um lugar de extrema modernidade cultural e material, também. As favelas estão cheias de parabólicas. (COUTO, 1999, p.4).

O fato, entretanto, de Cacá Diegues haver convidado o carnavalesco Joãozinho Trinta para trabalhar em seu filme e de ter filmado o desfile oficial da Viradouro como o da fictícia Unidos da Carioca, contribuiu para que críticos, como Inácio Araújo, ficassem convencidos de que a própria escola de samba forma o enredo do filme.

[...] Não é de espantar que a carreira de Carlos Diegues comece, aliás, com um dos episódios de ‘Cinco Vezes Favela’, justamente o que se chama ‘Escola de Samba, Alegria de Viver’ como a antecipar o crônico otimismo de seus filmes futuros e o espírito escola de samba que os move. Porque o cinema de Diegues quase nunca aspira ao realismo, mas à alegoria. Menos alegoria como forma de driblar a censura (como era freqüente no tempo do regime militar) e mais no sentido Joãozinho Trinta da palavra: esses enfeites, esses penduricalhos com que o imaginário das escolas alça vôo, escorraçando a realidade durante o Carnaval. Também os enredos

de Diegues assemelham-se com frequência mais a enredos de escolas do que a enredos de cinema: eles obedecem à lógica do desenrolar das alas na avenida antes de obedecer à lógica de construção dos roteiros de cinema [...]. (ARAÚJO, 1999, p.5)

As seqüências do desfile de carnaval em *Orfeu*, como observa o historiador inglês Maxwell (1999, p.4), apesar de serem mais produzidas, extravagantes e dispendiosas das que outrora o seduziram em *Orfeu Negro*, parecem “curiosamente autocontidas entre as paredes de concreto do Sambódromo”. O seu estranhamento, contudo, não se limita ao que se converteram os desfiles cariocas. Não lhe escapa também o moderno comportamento dos “foliões”, que são “espectadores mais *voyeurs* que participantes, separados, empacotados e comercializados bem longe da ação e totalmente protegidos das ruas”. Em suma, provoca-lhe surpresa o grau de “americanização” ou a “globalização” da cultura popular no Brasil nas últimas décadas: “as tranças de Toni Garrido parecem mais afro-caribenhas do que afro-brasileiras; o pastor pentecostal substituindo o ritual de macumba”.

À crítica internacional, chamou a atenção não a contagiante alegria tropical da festa carnavalesca, a sensualidade, a exuberância da paisagem carioca, mas o quanto a sociedade e a cultura brasileira estão inseridas em um “reconhecível mundo moderno”.

*Mr. Diegues's Rio, in contrast, is, for all its vivid local color, the hub of a heterogeneous and sophisticated popular culture. And its misery consists not of picturesque squalor but of gun battles between vicious drug gangs and corrupt, murderous police officers. His heroes and villains live in a recognizably modern world. Orfeu, played by the Brazilian pop star Toni Garrido, is a serious musician, composing his sambas with the aid of a laptop and orchestrating his carnival performance with the discipline and self-assurance of a show business professional.*² (SCOTT, 2000, p.10).

²Tradução livre: “O Rio, para todos esse local de cores vívidas, é, em contraste, para Diegues, o centro de uma heterogênea e sofisticada cultura popular. E sua miséria consiste não da pitoresca imundície mas de tiroteios entre selvagens traficantes e corruptos, policiais homicidas. Seus heróis e vilões vivem em um reconhecível mundo moderno. *Orfeu*, interpretado pelo *pop star* brasileiro Toni Garrido, é um músico sério, que compõe sambas com a ajuda de um *laptop* e orquestra sua performance carnavalesca com a disciplina e auto-confiança de um profissional do *show business*.”

Orfeu é uma das mais controvertidas produções da retomada do cinema nacional. Ao que parece, Cacá Diegues não alcançou seu objetivo maior, que seria o de apresentar ao público um filme que traduzisse esteticamente, de forma não estereotipada, a paradoxal realidade carioca. Sua “alegoria”, de certo modo, não consegue sobrepor-se ao imaginário projetado por Camus em *Orfeu Negro*. É como se Diegues buscasse reafirmar que “todo olhar é uma ilusão, e de ilusão também se vive”, como diria Frank Capra.

Reproduzindo o título da crítica de Inácio Araújo, pode-se afirmar que, em *Orfeu*, o morro vive de ilusões. Isto porque o próprio Rio de Janeiro, “com sua beleza geograficamente tormentosa, nunca monótona, dotada de uma exuberância única”, é apresentado mais como uma retificação da *Cidade Maravilhosa*, tão estrangeira como a que se vê na obra de Camus.

Bossa Nova: imagens de um cartão postal

“O Rio de Janeiro continua lindo...”³

Baseado no romance de Sérgio Sant’Anna, *Senhorita Simpson*, o filme *Bossa Nova* (2000), de Bruno Barreto, é dedicado ao cineasta François Truffaut e ao compositor Tom Jobim. A grande homenagem, contudo – assume o diretor – é a sua nostálgica Rio de Janeiro.

A trama de *Bossa Nova* centraliza-se nos amores do sedutor advogado Pedro Paulo (Antonio Fagundes), recém divorciado, e a charmosa professora americana, Mary Ann (Amy Irving), solitária viúva. Paralelamente, acompanha-se o triângulo amoroso vivido pelo tímido e ingênuo Roberto (Pedro Cardoso), a ambiciosa estagiária de direito Sharon (Giovanna Antonelli) e o emergente jogador de futebol Acácio

³Trecho da música *Aquele abraço*, de Gilberto Gil.

(Alexandre Borges), prestes a se mudar para a Inglaterra. As trapalhadas de Nadine (Drica Moraes), aluna de Mary Ann, fanática por computadores que vive às voltas com seu relacionamento “virtual” com o americano Trevor (Stephen Tobolovsky), emprestam ao filme ares de comédia-romântica-pós-moderna. Os protagonistas, entretanto, não parecem estar entre esses atores, e sim na própria cidade do Rio de Janeiro e na música. Ao som da bossa nova e em meio às inconfundíveis paisagens turísticas cariocas (Ipanema, Leblon, Lagoa Rodrigo de Freitas, Arpoador), os personagens circulam quase “coadjuvadamente”.



Figura 2 - Cartaz do Filme Bossa Nova

Bruno Barreto destaca que, diferentemente do *O que é isso, companheiro?* (indicado ao Oscar de Melhor Filme Estrangeiro em 1998), *Bossa Nova* não pretende suscitar polêmicas políticas e ideológicas. Morando há mais de dez anos nos Estados Unidos, o cineasta confessa ter sentido necessidade de “exorcizar uma saudade muito grande do Rio de Janeiro”. Aliás, mostra-se convencido de que “não poderia ter filmado *Bossa Nova* se não morasse fora do Brasil”. E é, justamente, esse

distanciamento que dá a tônica ao filme. E como a saudade tem o dom de enaltecer boas lembranças, o “hipnotizado” diretor acaba idealizando, mitificando e glorificando os saudosos “anos dourados” cariocas.

[...] É o presente que ‘Bossa Nova’ trabalha para manter excluído. O que Barreto se empenha em mostrar não é um Rio ‘real’, mas uma cidade que existe em sua memória e em seus sonhos. O Rio da bossa nova, de relações pessoais afetuosas e atmosfera suave. Nesse sentido, o passadismo é a característica fundadora do projeto [...]. (ARAÚJO, 2000, p.5-11).

O Rio das lentes de Bruno Barreto é surreal. Todos os personagens do filme parecem morar em apartamentos com vistas deslumbrantes para o mar. Essa dimensão onírica, paradisíaca mergulha o espectador em uma “realidade” pouco condizente com as condições de vida da maioria dos habitantes da capital carioca. Segundo o crítico Jorge Coli, *Bossa Nova* é todo estratégico, da requintada paisagem urbana aos diálogos.

[...] Os cariocas falam inglês, às vezes espanhol e, de quando em quando, uma outra língua bem menos conhecida. ‘Bossa Nova’ é filme de exportação, coisa fina para gringo. Mas um abacaxi é um abacaxi, e não tem jeito. ‘Bossa Nova’ é um abacaxi ridículo. Talvez seja ingenuidade imaginar que o mapa para o sucesso de um filme, aqui e lá fora, não passe pela estratégia do folheto turístico. (COLI, 2000, p.25).

Essa crítica mordaz não é isolada. Mesmo internacionalmente, o filme não alcançou a projeção esperada, e chegou a levantar “suspeitas” de que se tratava de uma jogada de marketing “patrocinada” pela Embratur para incrementar o turismo. É o que insinua, por exemplo, o crítico americano Karten (2000, p.57): “[...] *the entire package serves as remarkable free advertising for the Government of Brazil Department of Tourism* [...].”⁴

⁴Tradução livre: “O pacote (o filme) todo serve como uma excepcional publicidade gratuita para o Departamento de Turismo do Governo do Brasil (Ministério do Turismo).”

Nesse sentido, *Bossa Nova* reafirma o imaginário convencional que identifica o Brasil no exterior como a terra do Sol, da jovialidade, do pitoresco exótico, da sensualidade. Em entrevista ao caderno *Mais!* da *Folha de S. Paulo* (2003, p.4-15), intelectuais brasileiros residentes fora do país foram oportunamente indagados sobre a imagem do Brasil que prevalece entre os estrangeiros. Para o professor de literatura brasileira Leopoldo Bernucci, da Universidade do Texas:

[...] Hoje, a imagem que se tem do Brasil aqui é muito diferente daquela do Carnaval e do futebol. Obviamente, precisamos setorizar a opinião. O povo americano em geral ainda vê o país pela perspectiva exótica. No setor acadêmico, que é o meu, o Brasil atual é respeitado [...]. (BERNUCCI, 2003, p.15).

Essa opinião é endossada pela professora de literatura brasileira da Universidade Livre de Berlim, Ligia Chiappini (2003, p.11): “O Brasil é aqui e em todo mundo o país do Carnaval, do futebol, do Sol, do mar [...]. Os alemães valorizam isso, e aqueles mais bem informados sabem que o Brasil é muito mais do que isso e também muito menos.”

Essas declarações sugerem que a modernidade brasileira em sua complexidade seja dimensionada apenas por segmentos intelectualizados. Ainda hoje, parece prevalecer as imagens “cristalizadas”, os velhos “estereótipos”. Nesse sentido, compreende-se porque muitos se deixam “inebriar” pelo paisagismo de cartão postal de *Bossa Nova*. Enredados pela estética cinematográfica, ignoram as muitas facetas dos inovadores recursos técnicos fotográficos, capazes de metamorfosear a “cidade sitiada” em *Cidade Maravilhosa*. O uso dos recursos técnicos da fotografia, nesse caso, é destacado por Rodrigues (2000, p.43), crítico da revista *IstoÉ*:

Requintadamente maquiados pela fotografia do francês Pascal Rabaud, um simples alvorecer, crepúsculo ou todos os enfoques de cartão-postal explodem na tela com uma beleza insolente. E até mesmo falsa, como quando o diretor ‘carioca da gema’ usa o truque da piscina para mostrar uma esguia Amy Irving nadando na limpidez mentirosa das águas do Arpoador.

Com boa dose de ironia, Mário Magalhães, em artigo publicado na *Folha de S. Paulo*, sugere ao cineasta Bruno Barreto convidar prefeito e governador para assistirem *Bossa Nova*. Assim, visualizariam o que o Rio de Janeiro poderia ser sem as suas atuais mazelas. Sarcasticamente, busca contrapor as sedutoras cenas do filmes com a degradante situação de convencionais pontos turísticos da capital carioca.

[...] a senhorita Simpson interpretada por Amy Irving mergulha das pedras do Arpoador para nadar em Ipanema. Fosse verdade, se arriscaria a pegar uma boa micose, já que o índice de coliformes fecais naquelas águas atingiram um nível que, em fins-de-semana do verão, levou a Prefeitura do Rio a recomendar distância dali. [...] A praia do Leblon, filmada da avenida Niemeyer, é mais bela do que certos retratos em preto-e-branco expostos em mostras fotográficas sobre o Rio antigo. Em março, porém, exibiu uma mancha amarela produzida por esgoto jorrado no mar. E há muito o banho no final do Leblon é aventura de gente pouco afeita às normas elementares de higiene [...]. (MAGALHÃES, 2000, p.5-11).

Apesar desse cenário real pessimista, Magalhães (2000) propõe que o filme *Bossa Nova* seja encarado como “uma plataforma utópica do que a cidade poderia ser e, quem sabe, um dia já tenha sido”.

Cidade de Deus: o reverso da *Cidade Maravilhosa*

*“Quem te viu, quem te vê
Quem não a conhece não pode mais ver pra crer
Quem jamais a esquece não pode reconhecer”⁵*

⁵Trecho da música *Quem te viu, quem te vê*, de Chico Buarque.

Cidade de Deus (2002), filme de Fernando Meirelles, co-dirigido por Kátia Lund, baseia-se no romance homônimo de Paulo Lins, lançado em 1997. O livro é um panorama “vigoroso e fragmentado” da vida na favela que lhe dá título, traçando inúmeras trajetórias individuais que se entrecruzam ao longo de três décadas.

Baseado em histórias reais, a adaptação de Meirelles para o cinema acompanha o processo de favelização do conjunto habitacional Cidade de Deus, construído nos anos 60 na zona oeste do Rio de Janeiro. E é a favela em questão que tem sido considerada pela crítica como a “personagem principal do filme”. Compartilhando dessa tese, Peter Bradshaw, crítico do *The Guardian*, comenta que a favela “aparece de um modo real não glamoroso, que não pode ser aproximado por *sets*, cenários”. Acrescenta ainda que apesar do filme mostrar “algumas cenas na praia”, ao público inglês é apresentado um outro Rio:

*[...] but the familiar world of Rio is light years away. At first glance, the dreary rows of jerry-built sheds in the middle of nowhere look very much like sheds for factory-farmed animals, or an encampment for refugees or prisoners of war.*⁶ (BRADSHAW, 2003, p.23).

Resultado de uma desastrosa política de desfavelização, Cidade de Deus, criada com intuito de atender os flagelados de enchentes, “degenerou-se em uma zona de guerra”, destacou o correspondente do *The New York Times*, Holden (2003, p.15).

Fernando Meirelles, preocupado com a banalização da violência e evitando apresentar uma peça panfletária que “esfregue na cara” do espectador as terríveis condições em que vivem seus protagonistas, em *Cidade de Deus* recorre à mesma estratégia utilizada em seu filme anterior, *Domésticas* (2001). Como pontua Laub (2003, p.5), em ambos assume

⁶Tradução livre: “[...] mas o universo que nos é familiar do Rio está a anos luz. À primeira vista, as melancólicas fileiras de barracos construídos no meio do nada parecem muito com construções para criação de animais rurais, ou com acampamentos de refugiados e prisioneiros de guerra.”

o desafio de apresentá-los em toda a sua complexidade, “que engloba suas limitações e defeitos”. O “segredo” do sucesso junto ao grande público e à crítica está, segundo o próprio diretor, em não espetacularizar nada.



Figura 3 - Cena do filme *Cidade de Deus*

Vale ressaltar que o filme de Meirelles foi o primeiro da retomada do cinema nacional a alcançar significativa repercussão internacional. Devido à técnica de filmagem e ao realismo das cenas, *Cidade de Deus* – fotografado por César Charlone e montado por Daniel Resende – acalorou a discussão quanto ao uso da *estética publicitária* em filmes de temáticas sociais. Essa estética, como defende Carvalho (2003), “não seria apenas um mero abstracionismo imagético do cinema”. Ele, inclusive, critica as infrutíferas tentativas de apreender a pós-modernidade cultural, reduzindo-a a conceitos quando parece ser mais produtivo ampliar a visão para a “confluência” dos meios artísticos.

Mais que um recurso estilístico, as imagens de *Cidade de Deus*, e de tantos outros filmes tachados como publicitários ou *videoclipeiros*, apresentam na verdade a representação do olhar do homem moderno. Um olhar à la Niemeyer. Fala-se de publicidade e videoclipe, quando toda a fundamentação está na fusão da linguagem videográfica com a fotográfica do cinema. (CARVALHO, 2003).

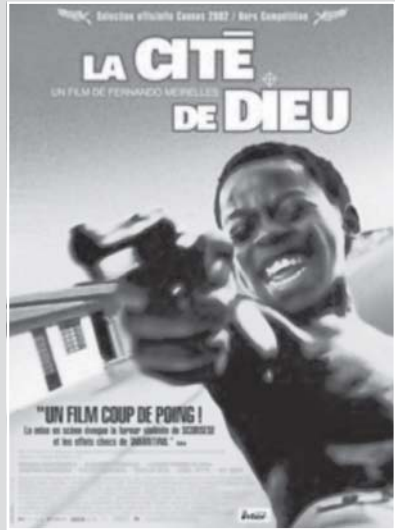
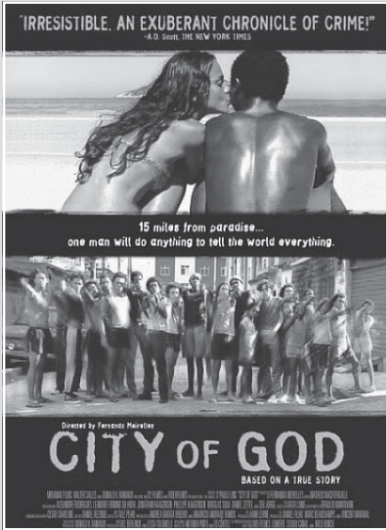


Figura 5 - Cartazes do filme Cidade de Deus em outras línguas

A polêmica em torno da *estética publicitária* parece, contudo, não estar no centro das preocupações de Fernando Meirelles. Ele declara, sem constrangimento, que a publicidade foi a maneira pela qual “aprendeu a filmar” e, ainda, que se vê em vantagem em relação aos “cineastas puros” por haver reunido “a equipe dos sonhos”, formada basicamente por publicitários. O difícil, para alguns críticos, ironiza o diretor, “é ter que reconhecer que a equipe é competente por vir da publicidade onde praticam e experimentam muito. São pessoas que filmam, montam e constroem cenários diariamente há anos”. Na contramão desses críticos, o cineasta e jornalista Arnaldo Jabor enaltece o filme não só por sua abordagem temática como também pela qualidade técnica: “O filme é extraordinariamente bem produzido, bem dirigido, bem fotografado.”

As indicações para Oscar (2004) de direção, montagem e fotografia atestam que a avaliação de Jabor não era isolada e nem tinha caráter nacionalista. A fotografia de *Cidade de Deus*, aos olhos do diretor de fotografia César Charlone, não se enquadra nos cânones da Academia, ou segundo suas próprias palavras, “é contrária aos padrões de *Hollywood*. Ela é suja, crua e incomoda. Não tem a preocupação de embelezar”. (CHARLONE apud BOSCOVI, 2004, p.85).

O elogiado trabalho fotográfico de Charlone não é, neste artigo, objeto de análise. Para alicerçar esta análise e discutir sua originalidade seriam necessários os domínios da fotografia e da linguagem cinematográfica. No *Pressbook*, entrevistas e críticas deixam entrever o quanto a construção, a elaboração da linguagem imagética foi criteriosamente discutida. Ela, sobretudo, revela a percepção, sensibilidade do fotógrafo, a exploração de recursos técnicos inovadores como o grau de entrosamento com o diretor, a equipe de produção e os jovens atores. Em entrevista, Meirelles comenta esse trabalho “de turma”:

Com o César Charlone, decidi que cada fase do filme precisaria de um visual diferente. A primeira, nos anos 60, os primeiros anos de povoamento da Cidade de Deus, é mais romântica, ingênua. Filmamos de uma forma clássica, com enquadramentos mais

rígidos. Há cenas que se passam na mata, há o futebol, as imagens guardam uma certa poesia interior. Para a segunda fase, que se passa nos anos 70 e mostra o estabelecimento e crescimento do tráfico, optamos por uma estética quase lisérgica, anos 70. Na terceira fase, começa a guerra, e a câmera vai ficando cada vez mais solta, mais descontrolada, e as imagens sem cor. (PRESSBOOK, 2005, p.10).

No *making of* de *Cidade de Deus* é salientado o trabalho de seleção e preparação do elenco oriundo de favelas cariocas. Apesar do diretor apostar nas potencialidades artísticas desses jovens e crianças, temia, entretanto, resvalar para o caricato e o estereótipo. A partir de oficinas direcionadas e do debate com Guti Fraga – diretor do reconhecido grupo de teatro *Nós do Morro* – e membros de sua equipe, o cineasta conseguiu com a disciplina, determinação e entusiasmo desse elenco garantir uma atuação que se tornou objeto de reconhecimento. Na pré-estréia em Cannes (França), a platéia ovacionou os jovens atores que acompanhavam Meirelles.

Muito embora o elenco tivesse enfrentado uma maratona de oficinas e passasse a enxergar perspectivas de profissionalização no mercado cinematográfico, foram valorizadas suas improvisações que reforçariam o caráter documental almejado pela produção. Em um debate da ABC (Associação Brasileira de Cinema), César Charlone comentou que tinha que “tratar o filme como documentário, o som tinha essa preocupação, a imagem tinha essa preocupação. A gente não podia pretender, ah, vamos fazer o garoto vir até aqui essa marca. [...] O que comandava o *set* era a dinâmica dos meninos”. (MONCAIO, 2006).

Em outra ocasião, Charlone reforçou como buscou adequar o seu olhar às formas de desempenho dos jovens atores, que nem sempre obedeciam rigidamente o roteiro:

[...] O que fiz, basicamente, foi documentar a atuação deles, passar o mais despercebido possível e filmar o trabalho daqueles jovens. Às vezes esse trabalho era de tal intensidade que a gente tinha a sensação de estar vivendo aquilo. O fotógrafo italiano Tonino

Delli Colli já disse que o operador de câmera tem a felicidade de ser o primeiro espectador de um filme. (PRESSBOOK, 2006, p.17).

Em contraste com muitos de seus antecessores, que reafirmavam a imagem do Brasil como a terra do samba, do exotismo tropical e da malandragem, *Cidade de Deus* revelou ao mundo as “pós-modernas” mazelas sociais brasileiras. Para Arnaldo Jabor, o filme “desmascara nossa crueldade”, insinuando o despreparo da sociedade brasileira para solucionar tragédias sociais, que particularmente converteram o Rio em uma cidade *sitiada*.

[...] O filme prova nosso despreparo para resolver as tragédias sociais, mesmo que houvesse vontade política. O filme não conta o que aconteceu; o filme mostra o que está acontecendo agora [...] Creio que vai provocar mudanças na conduta política. *Cidade de Deus* já foi vendido para o mundo todo. Será um sucesso planetário e vai revelar para sempre nosso segredo: somos um dos países mais cruéis do mundo. *Cidade de Deus* mostra que o inferno é aqui, atrás de Ipanema ou dos Jardins. Esse filme nos desmascara para sempre. (JABOR, 2002, p.7).

A crítica, tanto na Europa quanto nos Estados Unidos, atacou ferozmente, não *Cidade de Deus* em si como produção cinematográfica (enaltecida por suas muitas qualidades), e sim o que ela desnuda, revela. O fato de se ver tantas crianças e pré-adolescentes mergulhados na criminalidade, escravizados pelo tráfico e “descartados” como animais, desmistificou a visão paradisíaca da *Cidade Maravilhosa*.

*Never before have criminals looked so young: pre-pubescent, in fact. The City of God is like one vast, dysfunctional family, neighbours from hell with no neighbours, with no parents or concerned adults. It is a cross between an orphanage and an abattoir.*⁷ (BRADSHAW, 2003, p.23).

⁷Tradução livre: “Nunca antes criminosos pareceram tão jovens: pré-adolescentes, de fato. A Cidade de Deus (a favela) é como uma vasta, disfuncional família, vizinha do inferno sem vizinhos, sem pais ou adultos responsáveis. É um cruzamento entre um orfanato e um matadouro.”

O jornalista Alex Bellos, do *The Observer*, observa essa escandalosa realidade.

[...] *One of the film's most shocking aspects is the involvement of children. Almost 4,000 under-18s were killed in Rio between 1988 and 2002 - more than eight times the combined number of Israeli and Palestinian children killed in the same period.*⁸ (BELLOS, 2003, p.43).

No Brasil, *Cidade de Deus* foi questionado, algumas vezes por apresentar a favela como um espaço de violência fechado em si mesmo. Segundo Couto (2002, p.E3), “é como se a droga fosse produzida e consumida lá dentro e o resto da sociedade não tivesse nada a ver com o tráfico”. Contudo, ele valoriza o fato de Meirelles ter constituído seu elenco com “semi-amadores oriundos das favelas”, pois, concretamente, proporcionou uma alternativa positiva para os jovens dessas comunidades.

Com muita propriedade, o diretor Walter Salles de *Central do Brasil* (1998), em entrevista ao jornal *The Guardian*, dimensiona a ação “corrosiva” de *Cidade de Deus* sobre a pitoresca imagem exótica das favelas, forte elemento do tradicional imaginário turístico do Brasil, “vendido” no exterior.

Cidade de Deus não oferece a reconfortante e turística imagem das favelas brasileiras que o filme *Orfeu Negro* de 1959 de Marcel Camus vendeu para o mundo. Este é sobre uma nação dentro de uma nação, sobre os milhões de esquecidos que são estatisticamente relevantes, mas quase nunca representados na tela.⁹ (SALLES, 2002, p.8).

⁸Tradução livre: “Um dos aspectos mais chocantes do filme é o envolvimento de crianças com o crime. Aproximadamente 4.000 menores foram assassinados no Rio entre 1988 e 2002 – mais de oito vezes o número de crianças mortas no mesmo período em Israel e na Palestina.”

⁹Tradução livre.

Ao que tudo indica, *Cidade de Deus* consegue, se não reverter a imagem turística do Rio de Janeiro, entrar para a história do cinema como o filme que pretende mostrar, conforme declaração de Fernando Meirelles, como “a câmera está vendo a história de dentro da favela”.

Benjamim (1975), em seu clássico ensaio *A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução*, previu que a câmera na sétima arte revolucionaria as leis do teatro, pintura e fotografia. Segundo o autor, ela cativaria, por sua amplitude de percepção, os espectadores que poderiam eventualmente converter-se em atores e críticos.

As imagens cinematográficas podem ter o “dom de iludir”, mas, ao mesmo tempo, dimensionam a capacidade da câmera de representar o homem e o mundo. Nas palavras de Benjamim (1975, p.28) “o que caracteriza o cinema não é apenas o modo pelo qual o homem se apresenta ao aparelho, é também a maneira pela qual graças a esse aparelho ele representa para si o mundo que o rodeia”.

Considerações finais

Segundo o diretor Fernando Meirelles, “o cinema é uma atividade altamente globalizada”. A recente produção brasileira, a seu ver, não apresenta mais um “desnível técnico”. “Não somos mais folclóricos, agora somos *in*”, declara.

Afirmações dessa natureza, não devendo ser tomadas de forma dogmática, instigaram estudar como três diretores nacionais lançaram seus olhares sobre a atual sociedade brasileira às voltas com o processo de globalização. O “nivelamento tecnológico” alcançado pelo cinema brasileiro, contudo, não é o foco de abordagem deste trabalho. Objetivou-se antes verificar se as produções cinematográficas selecionadas conseguiram “desconstruir” a tradicional imagem do Brasil veiculada, principalmente, pela mídia ao longo do século passado.

Sob a ótica de Fernando Meirelles (*Cidade de Deus*), Cacá Diegues (*Orfeu*) e Bruno Barreto (*Bossa Nova*), a *Cidade Maravilhosa* transfigura-se. Não são apenas os *olhares* que se diferem entre si, como se estes diretores buscassem “ângulos” distintos de uma mesma cidade: a beleza, o caos, a miséria, a alegoria, a riqueza, a dura realidade do dia-a-dia. Não se trata de “peças” de um mesmo quebra-cabeça. As imagens parecem sugerir que se está diante não de um Rio de Janeiro mas de vários Rios...

Referências

ARAÚJO, Vicente de Paula. **A bela época do cinema brasileiro**. São Paulo: Perspectiva, 1985.

ARAÚJO, Inácio. Em “Orfeu”, morro vive apenas de ilusões. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 5 maio 1999, p.2-5.

ARAÚJO, Inácio. Filme busca Rio perdido. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 31 mar. 2000, p.5-11.

BELLOS, Alex. Where children rule with guns. **The Guardian**, London, 19 jan. 2003, p.43.

BENJAMIN, Walter. **Textos escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. (Os Pensadores, v.48)

BERNARDET, Jean-Claude. **O que é cinema**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

BIGNAMI, Rosana. **A imagem do Brasil no turismo: construção, desafios e vantagem competitiva**. São Paulo: Aleph, 2002.

BOSCOVI, Isabela. Zé Pequeno em Hollywood. **Veja**, São Paulo, ano 37, n. 1839, p.85, fev. 2004.

BRADSHAW, Peter. City of God. **The Guardian**, London, 3 jan. 2003, p.23.

CARVALHO, Layo Fernando B. Estética publicitária & linguagem cinematográfica: uma análise imagética e pós-moderna de Cidade de Deus. **Ciberlegenda**, n.12, 2003. Disponível em: <www.uff.br/mestcii/layo1.htm>. Acesso em: 7 maio 2006.

COLI, Jorge. Pista falsa. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 16 abr. 2000. Caderno Mais, p.25.

COUTO, José Geraldo. “Cidade de Deus” questiona produção nacional. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 7 set. 2002, p.E3.

COUTO, José Geraldo. Favela é “trailer” do Brasil, diz Cacá Diegues. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 20 abr. 1999, p.E4-8.

GOMES, Paulo Emílio Salles. **Cinema**: trajetória no subdesenvolvimento. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

HOLDEN, Stephen. Gangs of Rio de Janeiro. **The New York Times**, New York, 17 jan. 2003, p.15.

JABOR, Arnaldo. “Cidade de Deus” desmascara nossa crueldade. **O Estado de S.Paulo**. São Paulo, 27 ago. 2002, Caderno 2, p.7.

KARTEN, Harvey. **Bossa Nova**. Disponível em: <http://www.celebritywonder.com/movie/2000_Bossa_Nova.html>. Acesso em: 12 set. 2000.

LAUB, Michel. Os cacos de Deus. **Bravo**, 2 out. 2002, p.25.

MAXWELL, Kenneth. Um Fellini que leve “Orfeu” ao reino de Batman. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 28 out. 1999, p.4-6.

MAGALHÃES, Mário. Cenário é plataforma utópica. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 31 mar. 2000, p.E5-11.

MONCAIO, André. **Cidade de Deus**. Disponível em: <http://www.abcine.org.br/ABC_html/textos/andremoncaio/CidadedeDeus/cidadededeus.html>. Acesso em: 7 maio 2006.

MONTEIRO, José Carlos. **História visual**: cinema brasileiro. Rio de Janeiro: Atracção Produções, 1996.

PRESSBOOK. **Cidade de Deus**. Disponível em: <www.cidadededeus.com.br>. Acesso em: 7 maio 2006.

RODRIGUES, Apoenan. Geografia do amor: Bruno Barreto faz uma apaixonada declaração ao Rio de Janeiro no belo filme Bossa Nova. **IstoÉ**. São Paulo, ano 26, p.43, jun. 2000.

SALLES, Walter. On a wing and a prayer. **The Guardian**, London, 21 dec. 2002, p.8.

SCOTT, A. B. Reborn in a less romantic Rio, Orpheus seasons samba with rap. **New York Times**, New York, 25 aug. 2000, Section E, Column 1, p.10.