

## A PARTICIPAÇÃO AFETIVA NO CINEMA

Cíntia Langie\*

Criado em 1895 pelos irmãos Lumière, o cinema é hoje um grande veículo das massas. Mesmo depois do surgimento de outras mídias, ele se manteve um dos principais momentos de valorização da cultura através da imagem. Primeiro pelo fato de requerer do espectador a livre iniciativa de escolher o filme e adquirir ingresso para tal. Essa procura subentende interesse, disponibilidade de tempo e dinheiro, demonstrando ser uma atitude consciente do indivíduo. Além disso, por se estar numa sala escura, recebendo sons e imagens que irão exigir concentração e passividade, sugere uma atitude de entrega, numa viagem, sem definição *a priori* do local, tendo como única garantia o retorno tão logo as luzes voltem a acender.

O destino dessa viagem seria realmente desconhecido caso não houvesse um mecanismo de divulgação das obras: os trailers. Quando a pessoa escolhe esse ou aquele filme para assistir, geralmente tem de antemão informações que a ajudam a decidir. É bom conhecer a história, os atores, ou seja, saber o máximo possível sobre a obra. Assistir a trailers de novas produções já faz parte do ritual cinematográfico. Todos os que compram um ingresso para participar do espetáculo já sabem que, antes do filme em si, irão assistir a vários anúncios, que servem como uma “provinha” daquilo que está por vir. Os trailers estimulam o desejo e contribuem para sedimentar o ritual que envolve essa atividade.

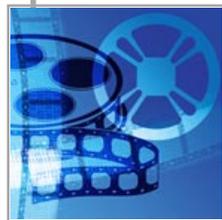
O cinema oferece aos indivíduos, entre outras coisas, a possibilidade de união. Eles encontram sua unidade no desejo de dividir emoções. Dessa forma, a essência do cinema é possibilitar às pessoas que, juntas, identifiquem-se e sintam diferentes emoções. Esse ritual mítico que envolve o cinema é sacralizado pelos espectadores. A experiência cinematográfica está cada vez mais viva, pois é grande a vontade das pessoas de compartilharem emoções junto com desconhecidos nas salas de cinema. “Podemos dizer, então, que é a construção do imaginário que continua a empurrar as pessoas em direção às imagens fílmicas” (FREITAS, 2003, p. 28).

O fato mais destacável do cinema é o próprio ritual que o envolve. São várias pessoas (desconhecidas) numa sala escura, olhando para uma tela branca que recebe um jato de luz, e, através de pulsações óticas, possibilita a impressão de imagens registradas de uma pretensa realidade. E até o final da projeção, o público estará sentado, de forma receptiva, embalado por um conjunto de sons – vozes, música, ruídos, silêncio – que permite comportamentos dispersos. A atenção dos espectadores é estimulada pelo ritmo das cenas e pelos rostos muitas vezes familiares dos atores. “Ao final, a luz se acende e todos se retiram vagarosamente, ainda sonolentos, pois não despertaram totalmente do universo fantasioso que escolheram de livre e espontânea vontade, através do direito adquirido por um ingresso pago” (CAPUZZO, 1896, p. 40).

As pessoas não se dirigem até o cinema só para assistir ao filme, e sim para contemplar todo o espetáculo envolvente que lhes é oferecido. A questão dos trailers, que são projetados antes do filme, é algo que está implícito no ritual. A maioria das pessoas quer saber quais as novas produções que estão por vir. Além de ser um atrativo a mais, os trailers mostram novas histórias, convidando o público a voltar ao cinema.

Faz parte também do ritual a escuridão da sala. Esse fato proporciona características oníricas para as projeções, o que propicia a participação da platéia. A obscuridade não é necessária para essa participação, mas facilita, e muito, pois o indivíduo fica mais relaxado, esquecendo as resistências à fantasia que carrega durante o dia. O conforto das poltronas é outro elemento essencial para que ele se distensione, colocando-se em estado de sonho. E ainda há a distância entre o espectador e a tela, a projeção de imagens como magia, fatores que contribuem para que aumente o número de apreciadores dessa arte.

O filme tem muito de sonho, e vice-versa. A situação fílmica pode ser comparada ao estado de sono leve, pois traz em si alguns elementos de uma inibição motriz. Como salienta Christian Metz (1980), ver um filme é mais ou menos como so-



---

nhar acordado. No cinema, a pessoa se encontra relativamente imóvel e decidida a comportar-se como observador e não como ator. No verdadeiro espectador, as manifestações motrizes se reduzem a mudanças de posição na cadeira, movimentações mais ou menos conscientes da expressão facial, alguns pequenos comentários com a pessoa ao lado, risos, e apenas isso. Quando o público sai da sala, sente o choque da mudança de luz, e, às vezes, parece que está acordando-se de uma noite de sono. “Sair de um cinema é um pouco como levantar-se” (METZ, 1980, p. 121).

Uma significativa diferença entre estado fílmico e estado onírico está relacionada com a percepção. O sujeito não pode moldar a seu bel-prazer a história de um filme. Ele deve basear-se em imagens e sons que lhes são impostos do exterior. Já o sonho é como um filme rodado de uma ponta à outra pelo próprio sujeito do desejo. O único espectador é coincidentemente seu autor. “Nunca somos tão bem servidos senão quando o somos por nós próprios” (METZ, 1980, p. 117).

O filme pode agradar ou desagradar, é uma coisa de que se gosta ou de que não se gosta. Para que se aprecie a história, faz-se necessário que o contexto em que ela foi criada esteja de acordo com os fantasmas da pessoa, saciando seus mais profundos desejos (conscientes ou inconscientes). As defesas daquele que assiste se encontram no próprio conteúdo do filme, “por meio de um desses felizes acasos que presidem igualmente às relações entre pessoas e aos encontros da vida, de tal maneira que o sujeito esteja dispensado de pôr em ação as suas próprias defesas, as quais se traduziriam por uma antipatia pelo filme” (METZ, 1980, p. 115). O desprazer fílmico é uma coisa que existe, pois realmente algumas pessoas não gostam de certas produções.

A aceitação popular de um filme está intimamente ligada à relação real-ideal. O ato de assistir a uma película pode significar uma busca pela perfeição, pois o cinema mostra um mundo ideal. Talvez, quando optam por ir a uma sala de projeção, os espectadores aspirem – de forma inconsciente – a uma vida melhor, seja pela diversão, encanto ou pela necessidade da emoção. É porque o cinema fascina e mexe com as pessoas que elas dedicam algumas horas de sua vida para esse ritual. As imagens se fixam nas mentes, criando os ideais de beleza, de sabedoria, de força, que irão compor o imaginário coletivo.

O cinema é um veículo tão poderoso que consegue roubar o tempo e a atenção das pesso-

as. Isso porque ele carrega uma necessária dose de sonho e fantasia, mesclada com a possibilidade de introduzir o sujeito numa experiência única, que ele raramente viveria caso não existisse essa “mágica luz que funde sonho com saber” (CAPUZZO, 1896, p. 41). As dimensões do sonho transcendem a tela, passando a conviver com

---

*As pessoas não se dirigem até o cinema só para assistir ao filme, e sim para contemplar todo o espetáculo envolvente que lhes é oferecido*

---

milhões de espectadores, que irão transformá-lo de acordo com uma ótica estritamente particular, fazendo parte ou não do imaginário coletivo.

É interessante salientar que, apesar do surgimento da TV, do videocassete e do DVD, o cinema conseguiu manter-se vivo, pois o ritual de ir até às salas de exibição mexe com o inconsciente das pessoas. Assistir a um filme em casa é bem diferente de fazê-lo no cinema, pois a TV e o vídeo não permitem que se estabeleçam processos de projeção e identificação específicos que o cinema suscita naqueles que vão às salas escuras.

Para entender melhor a relação entre filme e espectador, é preciso saber que o cinema provoca processos de projeção e identificação. Como esclarece Edgar Morin, projeção é quando a pessoa se liberta de si e assume as características do personagem, absorvendo os desejos que recusa nela mesmo. E identificação é quando o espectador assimila algo e adere às características do outro (personagem).

... logo que o espectador se coloca no lugar do herói do filme, ele começa a se projetar nele, para em seguida se identificar com ele no momento em que se imagina na sua posição para, enfim, assimilá-lo (FREITAS, 2003, p. 27).

Identificação e projeção são os dois processos suscitados pela magia do cinema. Na identificação o sujeito absorve o mundo, ao invés de se projetar nele. A identificação incorpora o meio ambiente no próprio eu. Identificar-se é trazer as coisas do mundo para si mesmo. É captar coisas de fora e relacionar com coisas do próprio eu. É

---

um processo que ocorre de fora para dentro. Já a projeção se dá de dentro para fora. É quando o indivíduo se coloca no lugar, imaginando como seria tal situação vivenciada por ele mesmo. Dessa forma, no seio de um complexo global, projeção e identificação se encontram interligadas, e não podem ser isoladas. É por isso que aqui se analisará o processo chamado projeção-identificação. Sempre sabendo que a projeção é um tipo de identificação, como demonstra Morin:

A mais banal “projeção” sobre outrem – o “eu ponho-me no seu lugar” – é já uma identificação de mim com o outro, identificação essa que facilita e convida a uma identificação do outro comigo: esse outro tornou-se assimilável (1983, p. 146).

A projeção é um processo universal e multiforme. Os desejos do indivíduo se projetam, também, sobre os seres e as coisas. A percepção que se tem de algo é influenciada pelas projeções. Até a percepção da aparência física de alguém é trabalhada (e muitas vezes confundida) por elas. Fenômenos psicológicos subjetivos são aqueles que fazem ver a realidade de outra forma, ou seja, o que atrapalha de ver a realidade tal qual ela é o processo de projeção-identificação-transferência. E é esse complexo que comanda a magia.

Para melhor entender essa questão da magia, é interessante diferenciá-la de estado subjetivo. Estado subjetivo é o nascente, vaporoso, agitador, e a coisa mágica é o momento em que a alienação se coisifica. Exemplificando essa situação, torna-se mais fácil compreendê-la: antes de pegar no sono, o indivíduo sabe que o que está pensando é uma construção *nonsense*, é impossível (isto é subjetividade); e enquanto está dormindo aquilo que sonha é algo real, é uma ilusão materializada (é a magia). O momento mágico é aquele no qual se concretiza o subjetivo. Quando parece ser real, é magia, quando se tem a noção de ser fantasia, é subjetividade. “O universo mágico é a visão subjetiva que se crê real e objetiva” (MORIN, 1983, p. 147). Então, é a subjetividade que alimenta a magia. E magia é quando parece real aquilo que é subjetivo. A magia continua sendo algo subjetivo, mas parece, para o sujeito, algo objetivo, real.

É a magia o primeiro estágio da experiência do cinema, pois tudo começa pela alienação. A evolução da pessoa e da humanidade tende a reprimi-la. A consciência racional e objetiva a intimida, e como os afetos estão ligados ao estado

mágico, o indivíduo mantém interiorizado também o afeto. Reprime-se o afeto no momento em que se reprime a magia.

O que está entre a magia e a subjetividade se expressa pelas manifestações da alma, dos sentimentos. A alma integra fragmentos de magia. O que liga uma à outra é o reino das projeções-identificações que, no contexto em que se irá aqui trabalhar, equivale também a participações afetivas. O amor é o melhor exemplo para explicar a participação afetiva. A pessoa identifica-se com a pessoa amada e se projeta nos seus sentimentos, passando a sentir também os sentimentos do companheiro. Ama até os objetos do ser amado, pois encontra neles a alma de seu dono. “A participação afetiva estende-se, assim, dos seres às coisas” (MORIN, 1983, p. 149). A magia manifesta (a que ocorre no cinema) é o primeiro desabrochar das potencialidades afetivas. Todos os fenômenos cinematográficos trabalham com os afetos, pois utilizam mecanismos de excitação, que estimulam o lado afetivo do espectador.

Os processos de projeção-identificação não nasceram com o cinema. Eles estão presentes também na vida cotidiana. No dia-a-dia, o indivíduo desempenha um papel (tem uma atitude particular, usa roupas por ele selecionadas) e isso alimenta o espetáculo que apresenta a si próprio e aos outros. Esse espetáculo são as projeções-identificações imaginárias.

Esse processo repousa no desdobramento do ser e, para entender esta questão, é necessário explicar o que representa a figura da “pessoa” na pós-modernidade. De acordo com Michel Maffesoli (1996), hoje, não existe mais o indivíduo fechado, senhor de si. O que existe é a pessoa aberta, formada a cada dia, a cada hora, através do contato com os outros. Um ser feito pela alteridade e pela comunicação.

A sociedade atual tem muito de agregação. O valor emocional está cada vez mais em alta e, por isso, as pessoas valorizam muito mais o “estar-junto”, mesmo que sem um propósito definido. Dessa forma, ir ao cinema representaria, também, uma maneira de estar junto com outras pessoas e, assim, dividir emoções. A ênfase está no processo de admirar um objeto, e não mais no objeto em si. Por isso, o ritual de ir ao cinema, sem dúvida, é uma atividade de experimentar em comum. “É, portanto, a partir de uma arte generalizada que se pode compreender a estética como faculdade de sentir em comum” (MAFFESOLI, 1996, p.28).

As salas de exibição, freqüentemente, abri-

---

gam um grande público, o que comprova o sucesso desse veículo. Os filmes são cada vez mais divulgados, e os trailers são cada vez mais bem feitos, devido à importância dessa indústria. A principal prova da magia do cinema e de sua função de “cola do mundo” são as inúmeras conversas paralelas que acontecem sobre as produções. O cinema está ligado a um sensualismo estético extremamente forte, pois seduz o espectador através de seu poder de identificação.

Na passagem da modernidade para a pós-modernidade, muitas mudanças foram percebidas. Uma delas foi a passagem da lógica do individualismo à lógica da identificação. Na modernidade, vigorou a imagem de um indivíduo senhor de si. Já na pós-modernidade, percebe-se uma pessoa plural, de múltiplas máscaras, que se constrói através dos outros. A bipolaridade entre indivíduo (fechado) e pessoa (aberta) é a causa e o efeito de um “espírito do tempo” específico. O predomínio da pessoa se deve a um primado da comunicação. Na realidade, não há um conceito preestabelecido, pois a pessoa constrói-se na e pela comunicação. Ela é formada por todas as potencialidades humanas - a imaginação, os sentidos, o afeto e a razão. É por isso que se pode falar de uma abertura da pessoa, uma abertura aos outros e abertura às diversas características do eu.

Isso desperta um querer-viver orgânico, e os indivíduos fortalecem uma pulsão de conjunto, um vitalismo tribal. É através da pessoa que o eu social é totalmente investido pelo outro, determinado pelas diversas modulações da alteridade. Essa abertura exerce-se também consigo mesmo. É o que se pode chamar de pessoa de múltiplas máscaras. E é porque o conjunto prevalece sobre o particular que se pode reconhecer os outros em si. O sujeito torna-se uma multiplicidade de objetos, entrando em discussão uns com os outros. São todas essas inclinações que fazem a sociedade, uma sociedade aberta, variada, feita de tribos.

É o lado plural da pessoa que a possibilita viver, ao mesmo tempo, várias vidas. É porque a pessoa é complexa, que ela é capaz de se projetar na história e de incorporar o ambiente do filme a si própria. O cinema, ao mesmo tempo em que ilustra a faculdade de identificação, é causa e efei-

to do ambiente emocional das grandes cidades.

O homem tem um desejo de participar de outra coisa além do ego individual fechado sobre si mesmo. A comunicação, o experimentar em comum, as emoções coletivas, culminam uma série de identificações que engajam uma pessoa composta de uma série de estratos, que são vividos de um modo seqüenciado, ou mesmo, que podem ser vividos simultaneamente. Existe um vivo desejo de experimentar em comum. É essa vontade coletiva que está na base da estética. Isso constitui uma “aura”, que Benjamin atribuía à obra de arte, mas que agora, graças à massificação da cultura, envolve em várias camadas o conjunto do cotidiano. A aura é algo que envolve e, por isso, um *totem* tem aura. E, conseqüentemente, quem está em torno do *totem* é evolvido por esta aura. Dessa forma, ele tem um papel de integração, executa uma função agregativa tribal. Nos dias de hoje, alguns conteúdos da mídia adquirem tamanha importância, que se tornam também *totens*. Muitos filmes representam este papel.

Há pouca coisa, para não dizer nada, de individual na comunicação: tudo é coletivo. O sujeito contemporâneo é determinado pelo ambiente, por uma atmosfera que se pode denominar de *espírito do tempo*. Nessa ótica, a importância da comunicação é imensa. A comunicação é um vírus que contamina. Não se pode pensá-la a partir do indivíduo, pois ela é contaminadora. Os profissionais da comunicação observam o que já existe e, assim, constroem os programas. Eles são farejadores sociais, que absorvem o espírito do tempo. Muitos filmes exercem um poder tão grande de identificação, que acabam criando uma *comunidade*, ou seja, desempenham o lugar de *totem*. A comunicação pós-moderna não é mais centrada no *conteúdo*, e sim no *continente*. Menos importa o programa, o filme, a propaganda em si, que o continente formado pelo objeto.

A tese de Maffesoli é a de que o espírito do tempo da pós-modernidade parece incitar as pessoas a se reunirem por tudo e por qualquer coisa. Todos querem estar-junto. E no cinema, quando se vai assistir a uma produção nas salas escuras, sujeitos que não se conhecem estão ali reunidos, e isso forma um *continente*. Ou seja, um *corpo*

---

*... alguns conteúdos da mídia adquirem tamanha importância, que se tornam também totens. Muitos filmes representam este papel*

---

---

*peçoal* entra em contato com outro *corpo peçoal* e, através dessa comunicação, desse contato, surge um *corpo coletivo*, que é místico, induzido pelo espaço que se partilha, que se denomina de *corpo social*. E ir ao cinema ajuda a formar esse corpo.

Cada pessoa é um elemento de um conjunto global. E é por se dar conta desse corpo social (integrado) que se passa a dar atenção àquelas coisas que só se compreendem pela presença do outro, pelo contato com o outro. Dessa forma, torna-se mais importante a soma do que as partes. Aquilo de que todos participam é o que vale. O cinema, portanto, representa grande veículo da atualidade, pela possibilidade de fazer participar em conjunto.

Hoje existe algo denominado “agregação indiferenciada” (MAFFESOLI, 1996, p. 35), que faz com que, às vezes sem nenhum sentido, as pessoas se reúnam. No cinema, as pessoas não se conhecem. Vários desconhecidos se reúnem

para contemplar um mesmo material, numa mesma sala. Na pós-modernidade, os indivíduos agregam-se segundo as ocorrências ou desejos. Isso pode ser chamado de *atração*, ou seja, as pessoas são atraídas por um objeto e passam a se identificar em grupos em torno desse objeto. Isso tudo gera integração, e todos participam com o desejo de tornar-se membro do corpo coletivo. Esses gostos, valores, idéias, que são partilhados entre as pessoas, sedimentam-se, e quem está por fora corre o risco de ficar excluído. O fato de experimentar junto alguma coisa é fator de socialização. A estética fortalece o conjunto, pois, para entrar nesse corpo social, é preciso transcender o indivíduo.

Ainda com certa dificuldade, percebe-se que a sociedade não é somente um sistema mecânico de relações econômico-políticas ou sociais, mas também é feita de emoções e sensações que constituem o corpo social. O laço social deve ser compreendido a partir de parâmetros não racionais, como o sonho, o lúdico, o imaginário e o prazer dos sentidos.

O cinema é um fato antropológico, e, assim sendo, deve ser atentamente analisado. Os estudos sobre ele não podem se resumir somente à análise fílmica, são indispensáveis, também, as investigações psicológicas aprofundadas sobre o tema. Um problema das teorias do cinema que merece destaque é o da *impressão de realidade*. O espectador tem a impressão de que aquilo que vê na tela é real. “O filme nos dá o sentimento de estarmos assistindo diretamente a um espetáculo quase real” (METZ, 1972, p. 16).

É por isso que essa arte desencadeia no espectador a participação: raramente o sujeito se entedia no cinema. Ele tem credibilidade junto ao público, é em geral levado a sério, pois se dirige no tom da evidência. “Este ar de realidade [...] tem o poder de deslocar multidões” (METZ, 1972, p. 17).

Embora não seja tão raro o fracasso de algum filme, o cinema em geral conserva um público. Isso porque ele trabalha com presença e proximidade. Nele, o irreal aparece como um acontecimento, e, por isso, os filmes convencem. Existem os filmes “realistas” e os “irrealistas”. Para seduzir o espectador, os primeiros trabalham com a familiaridade, e os segundos, com a imaginação (desnor-teio).

No cinema, o poder projetivo é imenso. Ele trabalha com a relação “ser-aqui vivo”. Nas produções cinematográficas, a impressão de realidade é bem maior que na fotografia, pois o filme suscita a participação, o que dá realidade à obra. Parece ser real, pois estimula participações afetivas e perceptivas. E o principal motivo para explicar esta maior impressão de realidade nesta arte do que nas outras é a presença do *movimento*. A vida real acontece em movimento, e, no cinema, até os objetos ganham vida ao se moverem. O movimento está ligado ao presente: o espectador percebe sempre o movimento como atual.

Vale lembrar que o teatro, assim como a fotografia, não consegue passar impressão de realidade tão eficazmente quanto o cinema, apesar de também acontecer em *movimento*. Porém, no teatro tudo é muito real: os atores estão ali, a

---

O espetáculo cinematográfico acontece em um outro mundo. Ele segrega dois espaços: o *visual* (que abriga o filme, a diegese) e o *proprioceptivo* (sentimento do mundo real, a sala de cinema). Um espaço não interfere no outro, e é exatamente porque o mundo não interfere na ficção que o filme provoca tão forte impressão de realidade. O cinema é uma experiência irreal, que se passa em outra dimensão que não a da vida prática. Mas ao ver o filme, o indivíduo tem a impressão de que aquilo existe de fato, o que suscita a participação. É um espetáculo bem parecido com o do mundo real, e o movimento ajuda muito a dar impressão de realidade.

O cinema trabalha com um movimento tão real, que suas produções acabam adquirindo um poder de convicção inédito. Porém, “só o imaginário se beneficiou” (METZ, 1972, p. 28) deste poder, visto que, apesar de tudo, trata-se de imagens. Para Metz, o segredo do cinema é, entre outras coisas, “injetar na irrealidade da imagem a realidade do movimento e, assim, atualizar o imaginário a um grau nunca dantes alcançado” (1972, p. 28).

Só há identificação do público com as imagens, se o espectador se projetar na história, se acreditar que aquela ficção é verdadeira. “Na medida em que identificamos as imagens da tela com a vida real, pomos as nossas projeções-identificações referentes à vida real em movimento” (MORIN, 1983, p. 151). Como as imagens cinematográficas vêm acompanhadas de impressão de realidade, já está implícita a participação. Acontece a participação exatamente pela sugestão de realidade. Por exemplo, foi somente por acreditar na realidade do trem que avançava em sua direção, que a platéia do cinematógrafo Lumière se assustou.

O público sente-se, ao mesmo tempo, ator e espectador no momento em que vê o filme como um fato concreto. E isto é projeção-identificação. Ao assistir a uma produção, o público se envolve na história, mas ele sabe que não está em perigo (assim como o personagem). A realidade do filme está fora da vida real, e, por isso, são minimizadas as conseqüências da participação. As realidades provocadas pelas imagens não são tão emocionantes quanto se fossem vividas na vida prática, mas são mais seguras e mais viáveis. No cinema, é possível enfrentar o vilão da história: será emocionante, mas nunca perigoso. Da poltrona, o público é capaz de conhecer as mais belas cidades do mundo: será divertido, mas teria maior intensidade se ele estivesse realmente presente no local.

No cinema, a realidade prática (real) é di-

minuída, mas a realidade afetiva (impressão) é acrescida. Essa arte logo se tornou espetáculo, devido à participação que incentiva e à característica afetiva que acompanha a imagem. Às vezes, o cinema é ainda mais eficaz para estimular a participação do que a própria vida prática. Para acontecer a participação, é preciso haver reconhecimento.

Ao assistir a um filme, o indivíduo está fora de ação. A sua única forma participação se dá por meio de aplausos, gritos, assobios. Mas essas ações não modificam em nada a representação. O público não tem poder de interferir no curso da história. Dessa forma, ele não tem participação motriz, mas, em conseqüência, tem uma enorme participação afetiva. Como o público não pode agir, a ação fica interiorizada e se coisifica na projeção-identificação. Essa incapacidade de ação, essa passividade, coloca o espectador em situação regressiva. O público torna-se mais sentimental, pois está de “mãos atadas”. Como atesta Morin, quando está privado dos meios de ação, o indivíduo se mostra mais sensível. E é por isso que, no espetáculo, tudo passa facilmente do grau afetivo ao grau mágico. O sonho é a melhor hora para expor as projeções-identificações, pois o sujeito está incapaz de agir.

No espectador de cinema, a energia psíquica, que em outras circunstâncias da vida objetiva se teria dissipado em ações, vê-se, pelo contrário, poupada, mesmo se é à força. O filme torna possível a impressão de realidade. O material ecrânico produz “manchas de luz que se agitam sobre um retângulo, sons e palavras que vêm de nenhuma parte” (METZ, 1980, p. 122). É graças ao filme que o sujeito se torna capaz de um certo grau de crença na realidade de um imaginário, do qual o cinema, por não ser real, é um grande estimulador. Para Metz, existem três pontos que acontecem na situação fílmica: a impressão do real (reconhecer a imagem e acreditar que é real), a impressão do sonho (imersão na história do filme, viajar) e a impressão do devaneio (quando o espectador se recupera, sai do cinema e comenta o filme).

No cinema, a participação afetiva pode tornar-se viva, dependendo da ficção do filme ou da personalidade de quem assiste. Durante instantes de fugitiva intensidade, os espectadores podem levantar-se dos assentos, gesticular, encorajar com a voz o herói positivo da história e injuriar o mau. O sujeito se entrega a uma irrupção motriz (movimento) na diegese, pois foi incitado inicialmente por uma confusão entre o filme e a realidade. Ele deixa-se iludir pelas virtudes do filme de diegese e

---

entra em ação, e é justamente essa ação que o desperta, arrancando-o “de sua breve queda numa espécie de sono” (METZ, 1980, p. 106). E isso tem qualquer coisa em comum com o *sonambulismo*, a diferença é que o público é despertado pelos seus atos e o sonâmbulo não o é.

Se a história o tocar profundamente, o espectador dá um passo em direção à ilusão verdadeira, aproximando-se de um tipo forte de crença na diegese. Assim que termina o *estado segundo* – que é uma breve tontura psíquica – o sujeito tem o sentimento de despertar. Dessa forma, o espectador terá sonhado um pequeno pedaço do filme. O sujeito alucina exatamente o que está a sua frente, aquilo que ele vê e percebe: as imagens e os sons do filme.

As características típicas do cinema (sala escura, pessoas isoladas e, ao mesmo tempo, em grupo) favorecem também a participação afetiva. No cinema se está isolado, mas “isolado no seio de uma grande gelatina de alma comum” (MORIN, 1983, p. 156). O observador não tem poder sobre o espetáculo cinematográfico: ele é passivo. Tudo se passa longe dele, e, ao mesmo tempo, dentro dele. O indivíduo encontra-se numa sala escura, deixa de prestar atenção às coisas a sua volta para se fixar somente na tela. Está envolvido em um grupo comum, e toda esta situação facilita a entrega aos canais do mito, do sonho e da magia. É pelo fato de estar consciente de que o filme não é real que o espectador se permite liberar participações afetivas.

Conforme citado anteriormente, uma característica própria dessa arte que colabora para a participação é o movimento. Qualquer produção cinematográfica pressupõe presença de movimento. A câmara pode acompanhar a ação que bem entender, pode seguir o instante mais emocionante. Isso aumenta a possibilidade de participação afetiva, pois se sabe que o que é mostrado é aquilo de maior importância. A capacidade de acelerar/diminuir o tempo e de aumentar/reduzir a imagem causa certo fascínio, contribuindo para a participação.

A música é também um elemento essencial no incentivo à participação, pois mistura movimentos com subjetividade, sublinhando emoção. Tudo no cinema trabalha com o subjetivo, tudo estimula a afetividade. Ele invade o psicológico das pessoas, satisfazendo o público sem dele exigir nenhum esforço.

Os trailers também são peças-chaves na questão da participação afetiva. Eles podem ser

classificados como uma introdução, como um primeiro passo para o estado de sono. No cinema, o indivíduo vive o filme como se fosse o personagem, devido às características que favorecem este estado de entrega. Mas todo ritual tem um começo, e na atividade cinematográfica a iniciação é feita pelos trailers. A pessoa entra na sala e, assim que as luzes se apagam, começa a exibição dos trailers. Eles preparam o espectador para o filme. O momento da aparição deste formato é muito conhecido e utilizado de várias formas pelo público. É interessante perceber que algumas pessoas prestam atenção nos anúncios de novas produções, deixando-se envolver pelo que está sendo mostrado. Muitos trailers conseguem promover a participação afetiva. Alguns fazem o público rir, exaltar-se, emocionar-se, e a maioria (pelo menos

---

*O público não tem poder de interferir no curso da história. Dessa forma, ele não tem participação motriz, mas, em consequência, tem uma enorme participação afetiva*

---

como deveria ser) deixa o público instigado a conferir o filme todo. Porém há pessoas que não dão a mínima atenção a este formato, aproveitando este momento para ir comprar a pipoca, colocar o papo em dia com a pessoa ao lado, colocar o celular no silencioso, entre outras atividades abstrativas.

Mas, com certeza, aqueles que assistem aos trailers com bastante atenção, já mergulham no clima da sala escura. O trailer é uma preparação, e funciona como tal em dois sentidos. Em primeiro lugar, seria o fato de este deixar o espectador já no estado de entrega. O minifilme apresentado possibilita a introdução ao ritual de ficar sentado assistindo às imagens na grande tela. Em segundo, o trailer é exatamente uma preparação para a próxima experiência, isto é, ao apresentar uma nova produção, ele estimula no público o desejo de voltar ao cinema e participar de um novo espetáculo. Ele chama as pessoas a se entregarem uma outra vez, a comprarem um outro ingresso e a destinarem um outro dia para voltar a ficar novamente em estado de sono frente à telona. E assim acontece

---

centena de vezes. Essa é a lógica cinematográfica.

O cinema é uma “máquina de projeção-identificação” (MORIN, 1983, p. 161) que minimiza o trabalho do homem. O espectador é passivo e ao mesmo tempo ativo. Pode, de certa forma, participar: tem autonomia na história tanto quanto o autor, porque, na verdade, a interpretação da obra depende do espectador. Um filme só fica pronto depois de ser visto pelo público. É a plateia quem escreve as páginas finais. O desenrolar dos fatos só se dá, realmente, quando o público entra em cena e coloca sua interpretação pessoal na história. Na tela, a pessoa vive as mais loucas situações, incluindo aquelas que nunca viveria na vida real. O espectador se projeta no personagem.

Depois da identificação, que é o primeiro fenômeno suscitado pelo cinema, vem o falso reconhecimento (por exemplo, quando crianças olham para a tela, apontam para um astro e dizem: “é o papai”). O espectador incorpora os personagens que possuam semelhanças físicas ou morais com ele. Identifica-se até com figuras que despreza na vida real, como por exemplo, com prostitutas ou assassinos. O público tende a se identificar com diversos tipos de personagens, por isso existem vários tipos de filmes sendo feitos no mundo. Mas o indivíduo não se identifica somente com os personagens da história, identifica-se também com os objetos, com o cenário, com a música, ou seja, com toda a composição da cena.

As produções cinematográficas trabalham a subjetividade de forma especial. Com o advento do close, por exemplo, o rosto humano torna-se gigante. Cortam-se os membros e exalta-se somente o rosto, parte do corpo humano que reflete todas as relações afetivas. O rosto é o espelho da alma, e a alma é o espelho do mundo. No cinema, os estados da alma (sentimentos, como saudade, alegria) são relacionados também com paisagens ou com circunstâncias (chuva, campo...).

O cinema é só alma, ele é baseado na emoção, no sentimentalismo. O espectador de cinema tornou-se tão sentimental (tão cheio de alma), que passou a sentir o filme e tornou-se incapaz de vê-lo. Por isso não se vê prática e analiticamente uma tempestade, vêem-se coisas subjetivas num simples ato, vê-se com as agitações da alma.

Por tudo isso, freqüentar as salas de exibição é uma atividade que desenvolve o imaginário. Mexe com a sensibilidade do público, excitando e expandindo as projeções-identificações. O cinema vem satisfazer as necessidades que a vida real não pode preencher. Realiza o desejo do ser hu-

mano de se reencontrar nos personagens, de poder ser quem quiser, de viver as mais variadas aventuras. É “a técnica ideal da satisfação afetiva” (MORIN, 1983, p.170). O cinema se transforma de técnica do real em técnica da satisfação afetiva. Ele desenvolveu a magia da imagem, e, assim, estimula a participação afetiva. Como afirma Morin (1983, p. 171), “o que há de mais subjetivo – o sentimento – infiltrou-se no que de mais objetivo há: uma imagem fotográfica, uma máquina”.

## NOTAS

\* Mestranda do PPGCOM/PUCRS.

## REFERÊNCIAS

CAPUZZO, Heitor. **Cinema: a aventura do sonho**. São Paulo: Editora Nacional, 1986.

FREITAS, Cristiane. **O cinema: objeto de uma rede de comunicação relacional**. Revista Sessões do imaginário, número 10. Porto Alegre, 2003.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

METZ, Christian. **A significação do cinema**. São Paulo: Perspectiva, 1972.

\_\_\_\_\_. **O Significante Imaginário: psicanálise e cinema**. Lisboa: Livros Horizonte, 1980.

MORIN, Edgar. A alma do cinema. In: **A Experiência do Cinema**. Rio de Janeiro: Edições Graal: Embrafilme, 1983.