

CIÊNCIA GEOGRÁFICA E CINEMA: UMA ANÁLISE DOS FILMES “CIDADE DE DEUS” E “RIO” A PARTIR DA FENOMENOLOGIA E SEMIÓTICA

Renan Vidal Mina - UNIFAL-MG¹

rvidalmina@gmail.com

Felipe Rocha Lima - UNIFAL-MG²

fr.limaa@hotmail.com

RESUMO

A aproximação entre a Geografia e o Cinema permite ampliar nossa visualização de como o meio cinematográfico tem “capturado” o espaço para estruturar seus enredos. Aproveitando-se desta situação, o cinema desenvolve suas próprias percepções, qualifica as imagens e as repassa aos seus expectadores. Com isso, torna-se necessário que a Ciência Geográfica aprimore seu viés humanista para interpretar estas obras fílmicas com o intuito de compreendê-las e contextualizá-las em relação a atual conjuntura social, espacial, econômica e cultural da sociedade. Objetiva-se assim, a partir dos conceitos de fenomenologia e semiótica, abordar as distintas geograficidades que são expressas pelos filmes “Cidade de Deus” (2002) e “Rio” (2011).

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, com o advento da Geografia Humanista, nota-se um rompimento com as abordagens da Geografia Cultural Tradicional que priorizava apenas o sentido material da cultura.

O enfoque da Geografia Humanista dirige-se atualmente para as manifestações culturais não materiais, como a pintura, a arte e o cinema.

Este último tem sido constantemente explorado como uma ferramenta de análise e demonstração do mundo contemporâneo, buscando identificar e compreender os modos de vivência, as identidades e as práticas socioculturais de diferentes grupos que compõem a sociedade.

Acostumados a trabalhar com as temáticas e com os fenômenos espaciais, alguns geógrafos tem se aproximado das imagens fílmicas, com a intenção de verificar as geograficidades que estas reproduzem.

Através da fenomenologia e semiótica, objetiva-se analisar como os filmes “Cidade de Deus” e “Rio” retratam o espaço geográfico do Rio de Janeiro de maneiras distintas. Em “Cidade de Deus”, explora-se mais a questão da desigualdade e da violência, enquanto em “Rio”, destacam-se, principalmente, os aspectos da diversidade natural brasileira.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral:

Analisar as geograficidades produzidas pelo cinema através dos filmes “Cidade de Deus” e “Rio”, considerando as perspectivas da fenomenologia e semiótica.

2.2 Objetivos específicos:

- Identificar os principais signos retratados em ambos os filmes.
- Demonstrar a produção de imagens opostas que contribuem para caracterizar o Brasil no exterior.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 A evolução conceitual do espaço geográfico:

Desde 1870, momento em que a Geografia foi institucionalizada nas universidades europeias, tem se desenvolvido uma pluralidade de abordagens sobre o conceito de espaço geográfico (NEVES, 2010).

Inicialmente, segundo Neves (2010), a Geografia Clássica Tradicional ocupou-se em realizar análises que priorizavam as discussões sobre os conceitos de região e paisagem. O autor acrescenta que Frederic Ratzel, na obra “Antropogeografia”, chega a levantar algumas considerações sobre o espaço, mas seu foco principal permanece concentrado na questão do território.

Por volta de 1950, emerge a Geografia Teorética, adotando como referencial nos estudos geográficos, os modelos quantitativos advindos das ciências físicas e naturais. É então, nesta etapa, que o conceito de espaço recebe uma maior atenção (NEVES, 2010).

O espaço passa a ser representado por meio dos modelos de “Planície Isotrópica” e “Representação Matricial”, os quais conferiam a ele uma situação de equilíbrio (NEVES, 2010).

Em meados de 1970, ganham forças no cenário científico, as reflexões de cunho marxista. Desenvolve-se a corrente da Geografia Crítica, cujo referencial teórico baseia-se no materialismo histórico-dialético. É através do espaço que se reproduzem as relações sociais de produção (NEVES, 2010).

Para se interpretar o espaço, é necessário que este seja compreendido pelo viés de quatro categorias de análise que devem estar em conjunto: estrutura, processo, função e forma. A primeira refere-se à natureza social e econômica da sociedade. A segunda associa-se a uma ação contínua, produzindo um determinado resultado. A terceira atribui atividades e destinos às formas vivenciadas no cotidiano. E a última representa o aspecto visual concreto de um objeto (SANTOS, 1999).

Neves (2010) destaca que, também na década de 1970, surge a Geografia Humanista, criando estudos geográficos na esfera cultural e destacando o conceito de espaço vivido. Valorizando a fenomenologia e a percepção, a Geografia Humanista utiliza o lugar como escala de análise.

A concepção de “espaço vivido” (escola francesa) procurou destacar o lado afetivo, mágico e imaginário das relações que se estabelecem e ajudam a configurar o sentido dos lugares e das espacialidades cotidianamente vivenciadas, que passam também a se expressar como um campo de representações simbólicas. Nasce aí, um projeto vital de sociedade calcada nos sentimentos de pertencimentos e de afetividade construídos a partir da vivência no lugar (NEVES, 2010, p. 144).

Segundo Rocha (2005), na fenomenologia, ao contrário do que ocorre com as ciências naturais, os fenômenos são também coisas que existem apenas no pensamento, coisas puramente ideais, assim como também coisas criadas pela ação e pela prática humana, como, por exemplo, valores morais, crenças, artes, técnicas, instituições.

3.2 Geografia e cinema: do espaço geográfico à produção de filmes:

De acordo com Neves (2010), o espaço não está restringido somente à Geografia. O cinema e as artes plásticas, por exemplo, são algumas das linguagens que se apropriam deste conceito.

Santos (2002) afirma que o espaço constitui-se de significados e definições, fato que dificulta expressar de maneira precisa qual corresponde ao nosso pensamento.

O cinema, pelos seus elementos de produção, elaboração e distribuição, estabeleceu uma nova forma de leitura sobre o espaço, tanto subjetivamente quanto objetivamente. Com isso, a geografia tem se encarregado de analisar o papel da imagem na estruturação e demonstração das relações socioespaciais (NEVES, 2010).

ANAIS DO WORKSHOP DE GEOGRAFIA CULTURAL: A multiplicidade da cultura no espaço e suas territorialidades

22 e 23 de agosto de 2013

Alfenas-MG

www.unifal-mg.edu.br/geografia/workshopdegeografiacultural

Fioravante e Rogalski (2011) salientam que esse interesse da geografia pelo cinema é algo recente, expandindo-se principalmente ao longo da década de 2000.

Título	Ano	Nível	Instituição
Uma Geografia do cinema: imagens do urbano	2008	Mestrado	PUC – SP
Cinema e Geografia: a idealização do rural	2005	Mestrado	UFRGS
A geografia dos cinemas do lazer paulistano contemporâneo: redes e territorialidades dos cinemas de arte e multiplex	2009	Mestrado	USP
Fronteiras híbridas nas geografias imaginárias do cinema gaúcho: o exemplo de "cerro do Jarau" (2005), de Beto Souza.	2010	Mestrado	UFRGS
Vila – Floresta – Cidade: território e territorialidades no espaço fílmico	2009	Doutorado	UNICAMP
Cenas de um público implícito: territorialidade marginal, pomografia e prostituição travesti no cine Jangada	2005	Mestrado	UFC
Fronteiras da fala – bala: Geografia do universo ficcional de cidade de Deus	2007	Mestrado	UFMG
Espaço público, imagem da cidade: uma análise geográfica do filme de Eric Rohmer ("o signo do leão" França, 1959)	2007	Mestrado	UFRJ
Gravando o Rio! A indústria do cinema e a metrópole do Rio de Janeiro	2009	Doutorado	UFRJ
Os dois Orfeus, representação da paisagem, favela no cinema: o olhar estrangeiro e o olhar de pertencimento	2009	Mestrado	UERJ
Rio de cinema – made in Brazil, made in everywhere: o olhar norte americano construindo e singularizando a capital carioca	2004	Mestrado	UFRJ
Por uma geografia pobre: personagens geográficos e a contraposição de espaços de cinema	2008	Doutorado	UFRJ
A trilogia sobre a paisagem carioca na obra de Nelson Pereira dos Santos	2006	Mestrado	UERJ

Figura 1: Levantamento das produções sobre cinema e geografia
Fonte: Fioravante e Rogalski (2011)

Conforme aponta Queiroz Filho (2011), visualizamos o mundo na tela e enxergamos outros. Nossas memórias espaciais e nossas experiências geográficas e de vida são as portas de entrada no filme.

Segundo Xavier (1983, p. 20), “o cinema supera as formas do mundo exterior e ajusta os eventos às formas do nosso mundo interior – atenção, memória, imaginação e emoção.”

Para Queiroz Filho (2011), quando o “real” é capturado pela câmera e transformado em imagem, ficam marcados os registros temporais, locais, das relações sociais e culturais de onde ele foi capturado. Assim, conforme cita Oliveira Jr (2005), os lugares geográficos transformam-se em locais fílmicos, onde juntos, compõem a geografia do filme.

Ao olhar para o filme, podemos nele encontrar e/ou produzir outros pensamentos sobre o mundo, já que suas imagens são compostas por territorialidades, paisagens, lugares, mitos, leis, geografias (QUEIROZ FILHO, 2011).

Queiroz Filho (2011, p. 67) define as Geografias de Cinema como sendo “os estudos e os encontros com a dimensão espacial na qual os personagens de um filme agem.”

(...) assistir a um filme é uma experiência geográfica, o que, de certo modo, alerta a geografia contemporânea para as implicações advindas da atenção dada à linguagem e ao cinema e das geografias que ali são gestadas (QUEIROZ FILHO, 2011, p. 68).

Aproximando o cinema da geografia, esta última tem a possibilidade de notar como os seus próprios conceitos são retratados na reprodução das imagens. O cinema nos permite repensar o conceito de espaço geográfico, estimulando nosso olhar e o modo de agir sobre o mundo (QUEIROZ FILHO, 2011).

3.3 Os elementos da semiótica como alternativas para o estudo em Geografia Humanista:

Surgiram no século XX, duas ciências relacionadas à comunicação e à linguagem: a Linguística, ciência da linguagem verbal, e a Semiótica, ciência de qualquer tipo de linguagem (verbal e não-verbal), formada por símbolos, signos, sinais, elementos arquitetônicos (ROCHA, 2005).

Conforme aponta Santaella (1983, *apud* Rocha, 2005) a Semiótica é a ciência humana mais jovem e surgiu de maneira simultânea em três espaços geográficos diferentes: EUA, Rússia e Europa Ocidental.

Deely (1990) ressalta que a semiótica provém da época da Segunda Guerra Mundial, onde havia uma necessidade cada vez maior em se compreender os códigos usados pelos aliados e que eram um mistério para os inimigos.

Segundo Rocha (2005), utilizando como base a fenomenologia, a semiótica volta-se para o estudo dos signos, ou seja, tudo aquilo que é produzido e passível de interpretação.

Quando se observa uma cidade, uma praça, um monumento, eles gritam uma mensagem inserida num texto não-verbal, à espera de interpretação por parte de quem os observa. Estes elementos constituem o signo (ROCHA, 2005, p. 72).

O signo fala diferente para pessoas diferentes, em momentos diferentes. A leitura realizada por cada pessoa depende do conhecimento, do envolvimento emocional existente com o signo, seja ele uma praça, um monumento, uma cidade etc (ROCHA, 2005).

O signo apresenta um significado e uma significação, e seu valor é determinado por aquilo que está a sua volta, ou seja, depende do contexto em que está inserido (DEELY, 1990).

De acordo com Rocha (2005), a palavra manga pode significar a manga de uma camisa, uma fruta ou até mesmo uma área de pasto para bovinos. A palavra cruz, por exemplo, tem um significado objetivo, o qual corresponde apenas à denotação da própria palavra. Porém, esta possui diversas significações, podendo expressar a vitória, religiosidade ou a morte.

Em relação ao valor de um signo, Rocha (2005) utiliza o seguinte exemplo: para os brasileiros, levantar a mão espalmada pode significar “pare!, espere!”, enquanto para os gregos isso representa um gesto obscuro.

Conforme demonstrado por Rocha (2005), um signo pode ser diferenciado em três tipos: ícone, índice (sinal) e símbolo. O primeiro possui um significado que tem uma relação de analogia com o que representa (por exemplo: o mugido de um boi). O segundo sugere ou induz uma reação por parte do usuário ou observador (por exemplo: quando alguém faz um gesto de silêncio para uma pessoa que está falando). Já o símbolo fala uma linguagem universal, ou seja, é através dele que o homem, consciente ou inconscientemente, vive, trabalha e se conhece como tal. O símbolo é um signo que tem uma relação convencional com seu objeto (por exemplo: a Bíblia, para os cristãos).

Callai (1998) afirma que a leitura dos signos depende da percepção que cada um possui destes. E esta percepção varia de acordo com as origens, os valores e as diferentes interpretações das pessoas.

4. METODOLOGIA

Sob o viés da Geografia Humanista, avalia-se na presente pesquisa a proximidade existente entre Cinema e Geografia, e como as obras fílmicas expressam algumas das temáticas abordadas na Ciência Geográfica.

Através da fenomenologia e semiótica, realizou-se uma análise comparativa dos filmes “Cidade de Deus”, dirigido por Fernando Meirelles, e “Rio”, dirigido por Carlos Saldanha, buscando identificar em cada um deles, os principais signos reproduzidos.

O critério para a escolha destas obras baseou-se no reconhecimento e visibilidade internacional que estas obtiveram recentemente. O filme “Cidade de Deus”, exibido no Festival de Cannes, recebeu quatro indicações ao Oscar (melhor direção, melhor roteiro adaptado, melhor fotografia e melhor edição). Já o filme “Rio”, mesmo tendo recebido apenas uma indicação ao Oscar (melhor canção original), também foi avaliado positivamente.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO:

Os dois filmes escolhidos tem como plano de fundo a cidade do Rio de Janeiro. Sendo assim, buscou-se compreender por meio do olhar geográfico como estas obras são construídas de maneiras distintas sobre o mesmo espaço.

No cenário criado em “Cidade de Deus”, procurou-se demonstrar a reprodução de alguns ícones, índices e símbolos ligados à violência, a desigualdade social e racial, a pobreza e ao tráfico de drogas presentes no Rio de Janeiro.

Diferentemente na obra “Rio”, procurou-se retratar os ícones, índices e símbolos mais associados à ideia de diversidade cultural e de uma natureza exuberante existentes no Brasil.

5.1 CIDADE DE DEUS

Nota-se que as relações sociais existentes dentro da comunidade da Cidade de Deus se configuram de maneira ímpar. Foi possível perceber vários conflitos de interesses e diferentes modos de vivenciar o espaço, representados pelos personagens do filme como “Mané Galinha”, “Zé Pequeno”, “Bené”, “Buscapé” etc.

Tais personagens somados a figura dos traficantes retratados no filme, constituem-se como ícones. O índice, por sua vez, pode ser identificado na associação da favela à violência, pobreza. Os símbolos correspondem às estruturas físicas características de comunidades carentes (becos, ruas estreitas e densamente ocupadas), o linguajar e as formas de tratamento nesse ambiente.



Figura 2: Personagens “traficantes” do filme Cidade de Deus

Ao retratar a favela como palco onde se desenvolvem as relações sociais e ao propagar a violência como uma manifestação da mesma, o filme contribui para o fortalecimento da imagem do Brasil como um local marcado por profundas desigualdades e violento perante os “olhos” do exterior.

Esta consideração pode ser reforçada a partir de uma crítica feita pelo jornal “The New York Times” estampada no cartaz de divulgação do filme nos Estados Unidos (figura 2).

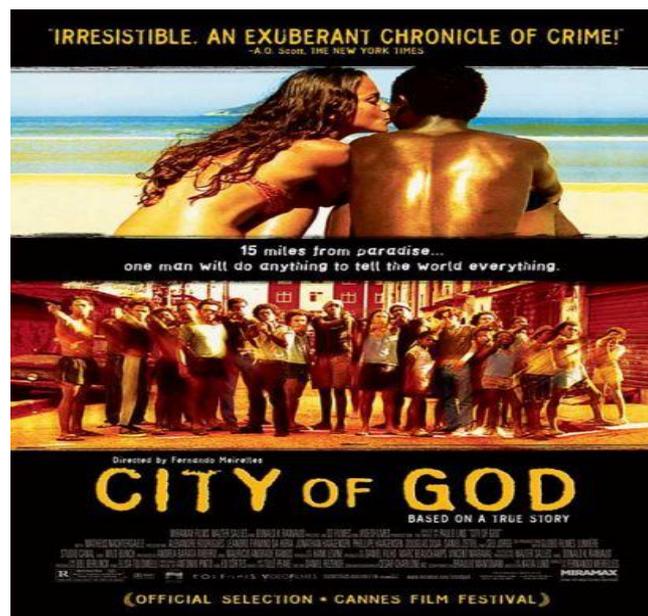


Figura 3: Cartaz de exibição mundial do filme “Cidade de Deus”

5.2 RIO

Nesta produção fílmica, destaca-se a relação entre a natureza e a cidade do Rio de Janeiro. Evidencia-se ao longo da obra, a intenção de demonstrar os aspectos naturais, a biodiversidade e a harmonia entre esses fatores dentro das relações e do cotidiano da sociedade.

ANAIS DO WORKSHOP DE GEOGRAFIA CULTURAL: A multiplicidade da cultura no espaço e suas territorialidades

22 e 23 de agosto de 2013

Alfenas-MG

www.unifal-mg.edu.br/geografia/workshopdegeografiacultural

Os ícones principais concentram-se na figura da arara azul “Blu”, no tucano “Rafael” e na arara fêmea “Jade”, representando assim uma analogia com a diversidade natural existente no país. Como índice, diferentemente do filme “Cidade de Deus”, considerou-se a associação da cidade do Janeiro a existência de uma natureza exuberante e harmoniosa. A própria representação da cidade do Rio de Janeiro pode ser definida como um símbolo nacional e universal. Neste caso, ela ainda abarca outros símbolos como o “Pão-de-Açúcar”, a praia, o carnaval e o samba.

Nota-se que, ao contrário do primeiro filme, “Rio” procura expressar uma imagem distinta do Rio de Janeiro, não se preocupando em enfatizar os antagonismos sociais (figura 3).



Figura 4: Cena e cartaz de exibição mundial do filme “Rio”

6. CONCLUSÕES

Nos últimos anos, as produções fílmicas tem chamado a atenção de diversos pesquisadores, dentre os quais se incluem os geógrafos. Estes, através de um viés humanista, tem buscado interpretar e reproduzir uma maior visualização das geograficidades existentes no espaço.

Esta aproximação entre as esferas científica e artística é de fundamental importância para demonstrar que um mesmo espaço geográfico pode servir de cenário para a construção de distintas imagens dentro e fora do país.

Enquanto em “Cidade de Deus”, nota-se a cidade do Rio de Janeiro (e consequentemente o Brasil) contextualizada em uma situação marcada por

ANAIS DO WORKSHOP DE GEOGRAFIA CULTURAL: A multiplicidade da cultura no espaço e suas territorialidades

22 e 23 de agosto de 2013

Alfenas-MG

www.unifal-mg.edu.br/geografia/workshopdegeografiacultural

desigualdades, tráfico, favelas e violência, em “Rio”, identifica-se uma cidade carioca detentora de aspectos naturais exuberantes, os quais mantêm uma relação de considerável equilíbrio com a sociedade como um todo.

Portanto, cabe aos geógrafos que trabalham com os conceitos de fenomenologia e semiótica, a realização de leituras eficazes sobre os diferentes signos expressos por uma obra fílmica em suas espacialidades.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CALLAI, H. C.; O lugar na geografia e as monografias municipais. In: SHAFFER, N. O. et al. **Ensinar e aprender Geografia**. Porto Alegre: AGB, 1998. p. 65-77.
- DEELY, J. **Semiótica básica**. São Paulo: Ática, 1990.
- FIOVARANTE, K. E.; ROGALSKI, S. R.; Da Geografia às imagens do Cinema: uma discussão sobre espaço e gênero a partir de Pedro Almodóvar. **Revista Discente Expressões Geográficas**, Florianópolis, v. 7, p. 11-32, 2011.
- NEVES, A. A.; Geografias de cinema: do espaço geográfico ao espaço fílmico. **Revista Entre-Lugar**, Dourados, v. 01, p. 133-156, 2010.
- OLIVEIRA JR, W. M.; Algumas geografias que o cinema cria: as alusões, os lugares e os espaços no filme Cidade de Deus. In: X Encontro de Geógrafos da América Latina, 2005, São Paulo. **Anais...** São Paulo: X Encontro de Geógrafos da América Latina, 2005. p. 1-24.
- QUEIROZ FILHO, A. C.; A Geografia vai ao Cinema. **Resgate**, Campinas, v. 19, p. 58-67, 2011.
- ROCHA, L. B.; Fenomenologia, Semiótica e Geografia da Percepção: alternativas para analisar o espaço geográfico. **Revista da Casa da Geografia de Sobral (RCGS)**, Sobral, v. 4/5, p. 67-79, 2005.
- SANTOS, D. **A reinvenção do espaço**. Diálogos em torno da construção do significado de uma categoria. São Paulo: Editora Unesp, 2002.
- SANTOS, M.; **A natureza do espaço, técnica e tempo, razão e emoção**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- XAVIER, Ismail [Org.]. **A experiência do cinema**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1983.