



Cinema como Meio de Comunicação Ideológico: Apontamentos sobre o filme *Muito Além do Jardim*¹

Maísa Carvalho de Souza VIEGA²

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

O Cinema possui muitas máscaras ou definições. Criado em fins do século XIX, neste texto abordamos o invento dos Lumière enquanto meio de comunicação que comporta ideologia(s) e reverbera teorias do campo comunicacional. Nosso propósito é apontar o produto cinematográfico como meio de estudo das teorias da comunicação e também debater acerca da transmissão de mensagens ideológicas aos espectadores. Para fomentar a discussão utilizamos como objeto empírico o filme de ficção estadunidense “Muito além do jardim” (1979). Trazemos Silverstone (2005) e Thompson (1998) para falar dos *media* e da ideologia. Costa (2003) e Toulet (1988) fundamentam as questões relacionadas ao cinema. Refletimos sobre o papel desempenhado pelo cinema como *medium* ideológico.

PALAVRAS-CHAVE: cinema; meio de comunicação; ideologia; teoria da comunicação; muito além do jardim.

1. Introdução ou O que é cinema?

Cinema é uma palavra polissêmica. Ou seja: tem múltiplos significados. Como resposta à questão-título da nossa introdução – O que é cinema? – Costa (2003, p.28) esclarece que “há tantas respostas quanto são os pontos de vista a partir dos quais cada um observa o fenômeno.” Com tal colocação, reforçamos a variedade de definições ou títulos que o cinema congrega e aferimos que para o autor, o Cinema pode ser contemplado como fenômeno.

Classificado por alguns espectadores como o espaço físico para exibição de filmes, simplesmente a sala onde as sessões sucedem; é tido por outros como entidade mítica, imaterial. Funciona como fantasia, é ilusório, e nesse sentido proporciona entretenimento e sonho. Pode ser também reprodução tecnológica da realidade ou ainda o conjunto de imagens estáticas combinadas e sequenciadas que oferecem a impressão do movimento. As máscaras do Cinema

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual, do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 02 a 04 de julho de 2015.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da UFRN, integra a linha de pesquisa Estudos da Mídia e Produção de Sentido. Jornalista. Tecnóloga em Lazer e Qualidade de Vida. E-mail: maisacarvalho.qsv@gmail.com



são muitas: mercado; indústria; arte (forma de expressão coletiva); meio de comunicação; entretenimento.

Sobre o cinema podemos dizer muitas coisas: que é técnica, indústria, arte, espetáculo, divertimento, cultura. Depende do ponto de vista do qual o consideramos. Cada um deles é igualmente fundamentado e não pode ser negligenciado. Mas se considerarmos o cinema como um todo, através da interação dos vários aspectos que acabamos de recordar, saímos do campo das definições e entramos no da observação. E observaremos que o cinema é aquilo que se decide que ele seja numa sociedade, num determinado período histórico, num certo estágio de seu desenvolvimento, numa determinada conjuntura político-cultural ou num determinado grupo social. (COSTA, 2003, p.28-29).

Invento científico, oficialmente a história do cinema começa no dia 28 de dezembro de 1895, quando os irmãos Auguste e Louis Lumière apresentaram para um público formado por 33 espectadores o recém-inventado cinematógrafo e por meio dele, exibiram cerca de dez pequenos filmes no Salão Indiano – saleta no subsolo do Grande Café, nº 14 do *Boulevard des Capucines*, em Paris. Toulet (1988, p.40) descreve o aparelho: “Incontestavelmente prático, é leve, pouco volumoso e serve tanto para a filmagem como para sua projeção. Funciona a 16 imagens por segundo, frequência que será comumente utilizada até a chegada do cinema falado, em 1929.”

Para os irmãos inventores, a vocação daquele invento bem-sucedido não era o entretenimento. Enquanto isso, para o público surpreso e assustado ao ver as primeiras imagens “vivas”, a novidade representava, de certo modo, o fim da morte.

Imersos na escuridão, olhos cansados pelo cintilar da luz, pelo saltitar da imagem, pela rapidez entrecortada dos movimentos, não têm a intenção de assistir à estréia de um novo espetáculo. O Cinematógrafo lhes parece ter uma vocação mais profunda: a reprodução da vida, talvez sua ressurreição, como atesta esta reação de um jornalista: “Quando esses aparelhos forem entregues ao público, quando todos puderem fotografar os seres que lhes são caros, não mais em sua forma imóvel, mas em seu movimento, em sua ação, em seus gestos familiares, com a palavra nos lábios, a morte deixará de ser absoluta. (TOULET, 1988, p.17).

Desenvolvendo-se vertiginosamente na passagem do século XIX para o XX, o Cinema expandiu seus domínios a países de outros continentes além do europeu. Na primeira década do século XX o cinema configurou-se como a "febre do século". Era a grande arte moderna e mantinha-se amplamente acessível às camadas populares. No período, os filmes ainda eram silenciosos, o que significa que os diálogos ou situações eram ilustradas por letreiros e que o



som escutado pela plateia vinha das peças executadas ao vivo com auxílio do piano, durante a exibição dos filmes³.

Até aproximadamente 1914, quando teve início a Primeira Guerra Mundial com a participação de países europeus, houve uma produção profícua de filmes, destacando-se as figuras de Méliès e Porter. Nos anos posteriores a Guerra ocorre a ascensão de Hollywood e consequentemente, do cinema estadunidense. Esse é o período de afirmação do cinema, quando nos Estados Unidos o invento dos irmãos Lumière se torna uma indústria que exerce hegemonia no ocidente e que vai exportar o padrão “americano” para todos os continentes, suplantando as cinematografias locais⁴.

Nóvoa (2009, p.159-160) afirma que o cinema é semelhante a uma forma de consciência social, representando o mundo por meio de imagens e de sons do cotidiano articulados em narrativa. Dessa junção, emana dos produtos cinematográficos uma impressão da realidade.

As imagens em movimento possuem em si uma forte carga de realismo. Tanto nos casos nos que se nos apresentam acontecimentos com uma clara finalidade documental ou informativa, como nos que se pretende uma recreação fictícia, a imagem tem um impacto no espectador com a sua proximidade e a sua carga de realismo; isto pode adquirir especial importância em determinadas ocasiões em que se reafirma o mero caráter de veículo que têm as imagens para servir de testemunho de determinados fatos ou situações concretas e reconhecíveis. (Montón, 2009, p. 39).

Apesar de encontrarmos essa “impressão de realidade” em muitos filmes, sabemos que o cinema começa com uma farsa, visto ser oriundo de uma ilusão de ótica, pois é formado por imagens estáticas e sobrepostas/sequenciadas que oferecem a fantasia do movimento. Além disso, as produções cinematográficas oferecem também uma enganosa impressão de totalidade, visto que os filmes com suas cenas, locações, som e personagens são somente uma parte de um todo. Ou, de modo simples: o que vemos nos filmes é a parcela de um cenário enquadrado para uma tela de acordo com a visão de um diretor.

Ao observar o Cinema, constatamos com Costa (2003, p.23) que ele é simultaneamente narração e representação e que se relaciona com a ideologia, o simbólico, o imaginário. Liga-se também à economia e possuindo linguagem própria, “tem parentesco com a literatura,

³ A transmissão do som aliada à imagem passou a ocorrer em 1927, quando o cinema se tornou audiovisual. O primeiro filme sonoro foi “O cantor de jazz”, apresentado nos Estados Unidos em 06 de outubro de 1927.

⁴ O crescimento e fortalecimento, nesse período, do Cinema estadunidense, revela uma indústria de ocasião, pois os EUA aproveitaram a Guerra que persistiu entre 1914 e 1918 na Europa para crescer no ramo cinematográfico, visto haver poucas condições de produção em países como Itália e França.



possuindo em comum o uso da palavra das personagens e a finalidade de contar histórias.” (COSTA, 2003, p.27).

Não sendo “um”, mas “muitos”, tratamos aqui do Cinema como meio de comunicação que aborda os processos comunicacionais e que possui código linguístico próprio, sendo condutor de mensagens carregadas de ideologia.

2. O invento dos Lumière como meio de comunicação ideológico

Quando da exibição dos primeiros filmes produzidos pelos irmãos Lumière⁵, não se imaginava a proporção que o invento alcançaria. As “vistas animadas” da era dos pioneiros que registraram a chegada do trem na estação ou a saída de operários da fábrica eram amadoras, não contavam com som, eram produzidos em preto e branco e a câmera permanecia estática. O jovem espectador do século XXI ao assistir uma produção de fins do século XIX deve atentar ao contexto – “a era da reprodutibilidade técnica” –, porque provavelmente não reconhecerá nele o Cinema dos tempos atuais.

Se o espectador de hoje considera o cinema uma arte ou, mais modestamente, apenas uma forma de narrativa por imagens, os filmes propostos por essas retrospectivas não lhe parecerão passíveis de enquadrar em nenhuma destas ideias de cinema. E a seu modo, tem razão, porque eles não são nenhuma das duas coisas. O que são então? A resposta é simples: uma curiosidade científico-tecnológica para uso dos ingênuos espectadores das feiras, das “salas do progresso”. (COSTA, 2003, p. 60).

Passados muitos anos dessa fase inicial associada ao cinematógrafo, nesse texto, o Cinema é tido por nós como o canal, o veículo no qual a informação parte de um extremo no qual estão localizados o diretor, o produtor e/ou a empresa cinematográfica em direção ao outro extremo, onde está situado o público receptor. O que colocamos em evidência não é necessariamente o processo de transmissão de informação entre esses polos, mas, tendo em vista nosso objeto empírico – filme “Muito Além do Jardim” –, atentamos à produção de efeitos de sentidos que se estabelecem a partir do consumo dos *media*, bem como a constituição ideológica das mensagens.

Para uso no texto, consideramos os *media* como a mediação tecnológica do processo comunicativo que tem tendência mais sugestiva do que impositiva e entendemos que quando a mensagem advinda de um meio de comunicação como o cinema chega até o espectador e quando esse espectador não usufrui de outros mediadores sociais, dar-se um fenômeno que

⁵ Filmes mais famosos: *Arrivée d'un train em gare à La Ciotat* / “Chegada de um trem à estação da Ciotat” (França, 1895) e *La sortie des usines Lumière* / “A saída das indústrias Lumière” (França, 1895).



Thompson (1998) denomina “mundanidade mediada” e pode ser explicado quando a “nossa compreensão do mundo fora do alcance de nossa experiência pessoal e de nosso lugar dentro dele, está sendo modelada cada vez mais pela mediação de formas simbólicas.” Nesse contexto, as mensagens provenientes dos meios de comunicação parecem se impor e alterar o sentido de pertencimento, da compreensão do lugar e do próprio passado do espectador.

Em texto que associa o Cinema à indústria cultural, Fressato (2009, p.87) trata da utilização do cinema como veiculador de ideologias por parte dos grupos sociais e parece corroborar com o pensamento de Thompson: “...percebendo a extraordinária potencialidade dos novos meios de comunicação e do cinema em particular, passaram a utilizá-los para veicular suas ideologias, concepções políticas, valores, etc.”

Contemporaneamente, temos que “a recepção dos produtos da mídia é uma rotina, uma atividade que muitos indivíduos já integraram como parte de suas vidas cotidianas.” (THOMPSON, 1998, p.42). De acordo com Silverstone (2005), a mídia participa da vida social e cultural e os significados oferecidos e produzidos pelas várias comunicações que inundam o cotidiano têm origem em instituições cada dia mais globais.

Conforme aponta Gregolin (2007, p.16), “a mídia é o principal dispositivo discursivo por meio do qual é construída uma “história do presente” como um acontecimento que tensiona a memória e o esquecimento”. Performando o mundo diariamente, os meios de comunicação, a exemplo do cinema, modelam nossa historicidade e participam da biografia dos sujeitos. Inclusive, os meios de comunicação são capacitados a construir identidades, entendidas como construções discursivas.

...o trabalho discursivo de produção de identidades desenvolvido pela mídia cumpre funções sociais básicas tradicionalmente desempenhadas pelos mitos – a reprodução de imagens culturais, a generalização e a integração social dos indivíduos. [...] Esses modelos de identidades são socialmente úteis, pois estabelecem paradigmas, estereótipos, maneiras de agir e pensar que simbolicamente inserem o sujeito na “comunidade imaginada”. A sofisticação técnica produz uma verdadeira saturação identitária pela circulação incessante de imagens que têm o objetivo de generalizar os modelos. (GREGOLIN, 2007, p.17).

Na opinião de Carrière (1995, p. 64): “As imagens cinematográficas se gravam em nós sem que percebamos, como máscaras fixadas sobre os séculos.” A fala é condizente com o pensamento de Thompson (1998, p.39), quando afirma “A nossa experiência vivida é muitas vezes precedida por um conjunto de imagens e expectativas adquiridas através de nossa prolongada exposição aos produtos da mídia.”



Assim como os teóricos formulam concepções sobre a comunicação e seus meios, o Cinema, através dos filmes e diretores, parece se posicionar em relação aos estudos do campo comunicacional. Nesse aspecto, temo que a trajetória da reflexão ou dos estudos a respeito da comunicação remonta a Grécia, tornando-se mais sólida e autônoma na medida em que novos *media* surgiam e habitavam o cotidiano, participando das práticas sociais. Entrementes, conforme expressa França (2011), apesar de referências do uso da palavra, da arte do discurso e da retórica entre os gregos,

...estudos específicos sobre o fazer comunicativo ou sobre os meios de comunicação datam do início do século XX. São contemporâneos das profundas mudanças que atingiram esse domínio, e que se referem ao desenvolvimento vertiginoso das técnicas; à institucionalização e profissionalização das práticas; às novas configurações espaçotemporais que se estabelecem no âmbito da nova realidade comunicativa. (FRANÇA, 2011, p.52).

Portanto, afirma a autora em outro momento: “A modernidade não descobriu a comunicação – apenas a problematizou e complexificou seu desenvolvimento, promovendo o surgimento de múltiplas formas e modulações na sua realização.” (FRANÇA, 2011, p.41).

Com diferentes vozes ecoando ao longo do século passado, apareceram Escolas de Comunicação que propiciaram o surgimento de Teorias discutidas até o presente. De acordo com França (2011, p.47), a Teoria ou Teorias da Comunicação são resultado de inúmeras iniciativas, com pretensão científica, de conhecer a comunicação. Desenvolvendo-se em contextos históricos diversos, e com formulações variadas, quando tentamos estabelecer um breve panorama das principais Escolas/Correntes e suas Teorias, esbarramos na questão cronológica, pois como explicam Armand e Michèle Mattelart (2005): as Teorias não se desenvolvem de maneira linear. Portanto, torna-se difícil uma abordagem sequencial de uma história das teorias da Comunicação.

Canclini (2008) aponta que os estudos de audiência hoje não polarizam os sujeitos, classificando-os em indivíduos soberanos ou massas uniformes. Segundo o teórico, os estudos têm abandonado as generalizações e a idealização, percebendo que cada tempo traz suas características.

Sem o intuito de detalhar características e correntes teóricas da comunicação nesse texto, acreditamos no poder das imagens e na força do discurso dos meios de comunicação e apesar de não adotarmos a perspectiva de que os receptores são sujeitos passivos, entendemos que o cinema oferece direcionamentos e que certos conteúdos mediáticos se fixam em nós.

3. Posicionamento ideológico acerca da televisão no filme “Muito além do Jardim”

Para tratar da questão ideológica, optamos pela análise do filme estadunidense “Muito além do jardim”. Produzido em 1979, o filme é dirigido por Hal Ashby e baseado no livro de Jerzy Kosinski. A fim de chegar a mensagem ideológica do filme, partimos da estrutura fílmica e identificamos a narrativa e o discurso. Para tanto, assistimos ao filme repetidas vezes, destacando a trama ao responder as questões: Como o filme começa? Como as personagens, temas, som e locações são introduzidas? Como o filme chega ao fim? Disto, produzimos um resumo expandido, apresentamos as personagens da trama, elencamos o tema central do longa e elaboramos uma sinopse que tem por objetivo reforçar a interpretação da obra.

3.1. Muito Além do Jardim

a) Resumo expandido

Está escuro e Chance dorme. A TV liga repentinamente e começamos a ver e ouvir imagens de um concerto. Chance acorda, olha para a TV, levanta da cama, acende a luz e penteia os cabelos. Metodicamente muda a posição de dois vasos de flores enquanto o som da televisão segue crescente. Chance circula pela casa onde exerce a função de jardineiro. Ele passa pelo jardim, faz uma parada na garagem e a televisão continua presente. Habitado a sentar em frente à TV, Chance muda constantemente de canal, seja de forma manual ou com o auxílio do controle remoto, não se atendo a qualquer programa ou notícia.

Já sentado à mesa de refeições e assistindo TV, Chance recebe a notícia da governanta Louise de que o “O Velho” faleceu. “O Velho” é o proprietário da residência onde Chance mora desde a infância e apesar do ocorrido, Chance não demonstra qualquer reação e volta seu olhar para a TV, permanecendo indiferente diante da situação.

Fotograma 01: Chance recebe a notícia da morte do “Velho”.



Fonte: filme “Muito Além do Jardim” (USA, 1979).



Após o café da manhã, Chance sobe as escadas da casa e chega ao quarto do “Velho”. Ele tira o lençol que cobre o rosto do defunto e senta-se ao seu lado. Na escrivaninha, encontra um controle remoto e liga a TV do cômodo. Após uma mudança de canal, Chance se detém em um episódio e repete os gestos da personagem do programa, simulando que está levantando o chapéu em gesto de cumprimento. Tempos depois, Chance cuida das plantas e ao encontrar Louise, repete o gesto visto na televisão, levantando o chapéu e a cumprimentando. Louise informa que vai embora e sugere que Chance encontre alguém.

Mais uma vez Chance está assistindo TV e trocando seguidamente os canais. Na ocasião, ao ver uma notícia sobre o presidente dos Estados Unidos, ele imita o gesto de apertar as mãos, como mostrado na TV. Enquanto isso, chegam à residência o Sr. Thomas Franklin e a Srta. Hayes – advogados responsáveis pelo espólio do proprietário da casa. Com surpresa, ambos encontram Chance que aperta suas mãos conforme viu instantes atrás na televisão. Os advogados desconhecem sua existência e descobrem que ele trabalhou desde a infância na residência do “Velho”. No entanto, apesar das lembranças de Chance, não existem registros sobre sua passagem ali, assim como não há nenhum documento que prove quem é Chance.

Apresentando a casa aos advogados, o jardineiro conta que nunca saiu da residência e nem andou de automóvel. Ao mostrar seu quarto, revela também que “O velho” lhe deu as TV’s de presente e ao ser questionado pelo Sr. Franklin sobre algo que não tem resposta, Chance fala a respeito do jardim. Ele é, então, informado de que legalmente não há registros sobre sua vida na residência e recebe a notícia de que precisará deixar a casa no próximo dia. Assim, Chance faz sua mala e antes de deixar a casa onde trabalhou como jardineiro desde a infância, mais uma vez muda o canal da TV que estava ligada, mas não consegue sintonizar em uma estação, a televisão parece fora do ar.

Antes de sair definitivamente da casa, Chance observa o jardim e espia o mundo pela porta. Finalmente, deixa a casa para trás e caminha sem rumo pelas ruas. Além das roupas, Chance leva consigo o controle remoto e ao encontrar uma mulher negra pelas ruas, pergunta se ela pode servir o almoço (como procedia com Louise). Da mesma forma, ao encontrar um grupo de meninos e buscar informação, é recebido com hostilidade e tenta modificar a situação com o controle remoto que carrega consigo.

Perambulando por Washington, Chance passa por uma loja de televisores e pela primeira vez se vê na tela e em vão, tenta modificar o canal. Nesse instante, ele é acidentalmente atingido por um carro e machuca a perna. A partir daí, a vida de Chance tem uma reviravolta. Ele conhece a Sra. Rand em decorrência do acidente e ela o convida para tratar da perna em sua casa, pois lá há uma estrutura de médicos e enfermeiros, uma vez que o seu marido, o Sr.



Benjamin Rand, está doente. No caminho até a residência dos Rand, Eve questiona Chance sobre o seu nome e por um mal entendido, passa a chama-lo Chauncey Gardner.

Chance, agora conhecido por Chauncey Gardner, chega à residência dos Rand e é examinado pelo médico da família, que pede para ele ficar hospedado até que esteja recuperado. Na sequência, Chauncey conhece o Sr. Rand e é visto por ele como um homem de negócios que vive um mau momento, apesar de afirmar ser um ótimo jardineiro. O Sr. Rand gosta de Chauncey, passa longo tempo na companhia do jardineiro, afirma que Chauncey é um homem equilibrado, “verdadeiramente em paz” e apresenta-o ao presidente dos Estados Unidos durante uma visita que este faz à residência dos Rand em busca de conselhos econômicos.

Durante o encontro com o presidente Bobby, Chance impressiona a todos com as suas opiniões sobre jardim e jardinagem – interpretadas por Ben e Bobby como metáforas relacionadas à economia. Durante o discurso exibido em rede de televisão, o presidente cita o nome de Chauncey e fala sobre suas ideias em rede nacional, chamando-o de homem intuitivo e otimista.

O estado de saúde de Ben piora. Enquanto isso, Chauncey é procurado pela imprensa para falar sobre suas ideias. Ele aceita o convite do programa *The Gary Burns Show* e com isso, aparece na TV e ganha ainda mais popularidade. Durante a festa, Chauncey impressiona os convidados e todos creem que ele é um homem instruído e poliglota, formado em Medicina e Direito. Assediado pela imprensa, ao ser questionado sobre quais jornais gosta, Chance admite que não lê jornais. Ao invés disso, diz que assiste TV.

Nesse ínterim, a Sra. Rand apaixonou-se por Chauncey e erroneamente acredita que ele sente o mesmo por ela; o médico da família Rand, Dr. Robert Allenby encontra-se com o Sr. Franklin e descobre a origem de Chauncey; o presidente Bobby segue inconformado pela falta de informações sobre o amigo de Ben e Benjamin registra suas últimas vontades.

Antes de morrer, Ben pede para falar com Chauncey e despede-se dele, pedindo que permaneça na casa ao lado de Eve. Durante o enterro de Ben, enquanto o presidente Bobby profere algumas palavras, Chance afasta-se do grupo e os amigos de Ben que carregam o seu caixão discutem sobre o candidato para as próximas eleições presidenciais, cogitando o nome de Chauncey Gardner. Ao longe, Chance entra em um lago e anda sobre as águas.

b) Personagens: características físicas e psicológicas

Chance /Chauncey Gardner (Peter Sellers) – Banco, de porte mediano e aparentando entre 45 anos de idade, Chance tem cabelos levemente grisalhos e usa o universo do jardim e da televisão como referência. Analfabeto e ingênuo, Chance cresceu em uma casa sem nunca



sair às ruas. Mostra-se “apático” diante de situações que lhe são apresentadas e é até mesmo insensível no início do filme. Já perto do final da história, parece demonstrar sentimento com a morte de Benjamin Rand. Além de assistir TV, a outra atividade capaz de entreter Chance é a jardinagem.

Eve Rand (Shirley MacLaine) – Mulher de cabelos ruivos e olhos claros, a Sra. Eve Rand é casada com o milionário Benjamin Rand e faz o possível para tornar a vida do marido mais agradável. Solitária, apaixonou-se por Chance e acredita ser correspondida.

Benjamin Rand (Melvyn Douglas) – Homem rico, já na terceira idade e magro, o Sr. Rand está debilitado por uma doença (anemia aplástica) e permanece quase todo o tempo entre a cama e a cadeira de rodas. Rico e ainda influente, oferece conselhos para o presidente dos Estados Unidos. Apaixonado pela mulher, a Sra. Rand, aceita que ela tenha alguém com quem poderá contar no futuro. Nutre um carinho especial por Chance e conversa abertamente com ele, acreditando que ele é um homem de negócios. Nomeia Chance diretor de uma de suas Instituições.

Robert Allenby (Richard A. Dysart) – Médico da família, Dr. Robert é observador e o único na casa que parece ter suspeitas sobre a identidade e o comportamento de Chance. Usa óculos, tem estatura mediana e cabelos castanhos.

O presidente "Bobby" (Jack Warden) – Amigo de Benjamin Rand, recorre aos seus conselhos. Vê as observações de Chance como metáforas e aplica suas falas a situação econômica do país.

Louise (Ruth Attaway) – Senhora de idade, tem a pele negra e grandes olhos castanhos. É magra e trabalha como governanta na mesma casa em que Chance é jardineiro. Serve as refeições para Chance e parece compreender que ele é um homem atípico.

Thomas Franklin (David Clennon) – Alto, cabelos pretos, é o advogado responsável pelo espólio do proprietário da residência onde Chance trabalhou como jardineiro entre a infância e a idade adulta. Jovem, surpreende-se com a questão do jardineiro, mas não oferece qualquer assistência. Preocupa-se em realizar o trabalho para o qual foi designado.

Srta. Hayes (Fran Brill) – Cabelos castanhos, é uma jovem advogada que acompanha o colega, Tomas Franklin, na visita à residência. Fica intrigada e surpresa com a situação de Chance, mas também não lhe oferece auxílio ou orientação.

O Velho – Personagem não identificado por um nome próprio na narrativa. É o proprietário da casa em que Chance trabalhou desde a infância como jardineiro. Morre nas primeiras cenas do filme.



Televisão – personagem quase onipresente, a televisão ou o aparelho de TV aparece em muitas sequências do filme. Recorrentemente ligada, a televisão parece interagir com a personagem de Chance, exercendo influência sobre seu comportamento.

c) Principais temas e subtemas

A televisão e sua influência é o tema central do filme “Muito além do jardim”. A TV é representada como meio que consciente ou inconscientemente educa e forma seus espectadores; elemento que está presente nas residências (o filme foi lançado em final dos anos 1970) e é espelho para os usuários acerca do que devem falar, a forma como se portar, os gestos a empreender em diferentes situações, a roupa que vestir, etc.

O processo de formação e aprendizagem do indivíduo, a forma como ele estabelece relações entre os fatos e faz associações é um subtema constante. Outro subtema presente é a falta de comunicação (incomunicabilidade). Observamos que não existe uma comunicação assertiva entre as personagens. As pessoas parecem não escutar o que dizem os outros e interpretam as falas e os gestos segundo suas consciências, sem considerar o contexto e a intenção comunicativa dos emissores.

d) Sinopse

Lançado em 1979, “Muito além do jardim” traz como personagem central o jardineiro Chance, também conhecido como Chauncey Gardner. Ao longo da película, acompanhamos as aventuras da personagem em um universo distante do jardim que outrora ela cultivava. Nesse novo universo, a televisão é o objeto comum, situada no passado e no presente de Chance. Porém, além de situada, a TV está incorporada ao cotidiano da personagem e a recepção dos produtos televisivos há muito se tornou uma rotina para o jardineiro. Inclusive, são muitos os momentos no filme em que presenciamos haver um vínculo comunicativo entre Chance e a televisão. Diante do exposto, percebe-se que para além da narrativa explícita é preciso realizar uma leitura de inferência do filme. Classificado como comédia moderna, o longa-metragem aborda como os meios de comunicação participam do dia a dia da sociedade e interferem na sociabilidade, nas interpretações dos sujeitos, no comportamento e na produção de sentidos.

Considerações

Concordamos com Canclini (2008) quando indica que hoje os jovens adquirem nas telas extracurriculares, portanto para além do quadro-negro, uma formação mais ampla em que conhecimento e entretenimento se combinam e que cabe as escolas e universidades auxiliá-los



a discernir o valor das informações dispostas, a fim de ultrapassem a fase da conectividade indistinta para o pensamento crítico.

Diante disso e partindo do pressuposto de que um filme constitui um ponto de vista sobre algum aspecto do mundo que lhe é contemporâneo, percebemos no filme “Muito além do jardim” um discurso sobre a perigos da presença excessiva da televisão no cotidiano. O filme é como a tela extracurricular citada por Canclini, oferecendo ao espectador um posicionamento acerca da realidade.

Cabe ressaltar, entretantes, que por mais "real" ou próximo da realidade que possa parecer um filme, ele é sempre representação manipulada. Tal fato é visível, especialmente, quando pensamos na escolha dos temas e quando estudamos a linguagem do cinema, observando a tomada de planos e a opção pelos elementos que compõe uma cena. Quando um diretor faz uma escolha, ele adota um ponto de vista e quando seleciona, implica que algo fica de fora, que algo será excluído em detrimento de algo que será levado ao público.

No filme estudado, a influência da televisão na formação do espectador é o mote da produção. Na obra que retrata os efeitos deste meio de comunicação consolidado nos anos 1970, somos apresentados a personagem de um jardineiro – sujeito apático que cresceu cuidando de um jardim e cercado por televisores. As imagens que chegaram até ele pela tela formaram seu repertório de comportamento e ao deixar a casa onde viveu toda vida, acredita que pode controlar o mundo com o controle remoto da TV, modificando as situações da mesma forma como mudava os canais. Entre homens “letrados”, o jardineiro-protagonista pouco tem assunto ou emite opiniões conexas. Entretanto, contraditoriamente, a sua postura passa a ser vista como uma qualidade e ele é considerado um homem inteligente e perspicaz, alguém que se utiliza de metáforas, tornando-se conselheiro do presidente dos Estados Unidos.

As aventuras da personagem Chance entre a sociedade são a representação de um fantoche animado/educado pelas imagens da TV e de um homem ingênuo cujo aprendizado deriva dos anos que cuidou de um jardim. Por outro lado, a falta de lucidez das pessoas do seu convívio revela que elas podem ser mais tolas do que o próprio Chance.

Para um espectador dito comum, o filme “Muito além do jardim” pode ser apenas mais um produto de entretenimento. Contudo, basta uma reflexão breve para perceber que há um interesse que perpassa o fazer fílmico e que pode, inclusive, estar associado às teorias da comunicação que um dia satanizaram a influência do próprio cinema e da rádio sobre os jovens.

Os meios de comunicação, como se nota, são exímios em interpolar o receptor através de textos verbais e não verbais e continuamente ressignificam imagens e palavras e buscam formar o espectador, ainda que não tornem essa formação explícita.



Cientes de que os produtos dos *media*, como os filmes, podem atuar na produção de sentidos e na constituição de identidades, é preciso perceber o conteúdo das mensagens veiculadas por tais produtos. Cabe a nós entender a linguagem do cinema a fim de que, entre outros, possamos adotar uma postura crítica que nos conduza a negação de uma falsa realidade já conhecida, confortante e naturalizada. É preciso estar atento as artimanhas ideológicas dos meios de comunicação.

REFERÊNCIAS

- CANCLINI, Néstor. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008. 94 p.
- CARRIÈRE, Jean-Claude. **A linguagem secreta do cinema**. Tradução Fernando Albagli e Benjamin Albagli. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995. 221 p.
- COSTA, Antonio. **Compreender o cinema**. São Paulo: Globo, 2003.
- FERRO, Marc. A quem pertence as imagens?. In: NÓVOA, Jorge; FRESSATO, Soleni Biscouto; FEIGELSON, Kristian (Orgs.). **Cinematógrafo: um olhar sobre a história**. Salvador: EDUFBA; São Paulo: Ed. Da Unesp, 2009. p.15-28.
- FRANÇA, Vera Veiga. O objeto da comunicação / A comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 11. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011. p. 39-60
- FRESSATO, Soleni Biscouto. Cinematógrafo: pastor de almas ou o diabo em pessoa? In: NÓVOA, Jorge; FRESSATO, Soleni Biscouto; FEIGELSON, Kristian (Orgs.). **Cinematógrafo: um olhar sobre a história**. Salvador: EDUFBA; São Paulo: Ed. Da Unesp, 2009.p. 85-98.
- GREGOLIN, Maria do Rosario. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, v. 4, n. 11, p. 11-25, nov. 2007.
- MONTÓN, Angel Luis Hueso. O homem e o mundo midiático no princípio de um novo século. In: NÓVOA, Jorge; FRESSATO, Soleni Biscouto; FEIGELSON, Kristian (Orgs.). **Cinematógrafo: um olhar sobre a história**. Salvador: EDUFBA; São Paulo: Ed. Da Unesp, 2009.p. 29-40.
- MUITO além do jardim. Direção: Hal Ashby. Produção: Andrew Braunsberg. Intérpretes: Jack Warden; Melvyn Douglas; Peter Sellers; Richard Dysart; Shriley Mclaine e outros. Roteiro: Jerzy Kosinski. Música: Johnny Mandel. Los Angeles: Warner Bros, 1979. 1 DVD (130 min.), versão widescreen, color. Produzido e distribuído no Brasil por Videolar S/A, Manaus (AM). Baseado no livro de Jerzy Kosinski.
- SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2005. 302 p.
- THOMPSON, John B. Comunicação e Contexto Social. In: **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Rio de Janeiro: Vozes, 1998, p.19-46.
- TOULET, Emmanuelle. **O cinema, invenção do século**. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Objetiva, 1988.