

T	TR	P
---	----	---



LEIF FURHAMMAR E FOLKE ISAKSSON CINEMA E POLÍTICA

TRADUÇÃO DE JÚLIO CEZAR MONTENEGRO

Copyright by: Leif Furhammar e Folke Isaksson, 1968 e 1971

Tradução do original em inglês: *Politics and Films*



Capa de:
Elifas Andreotto
Diagramação:
Alexandre Husak

Direitos adquiridos pela
Editora Paz e Terra
Rua Abade Ramos, 78
Jardim Botânico
que se reserva a propriedade
desta tradução

1976
Impresso no Brasil
Printed in Brasil

Direção de
Jean-Claude Bernardet e
Paulo Emilio Salles Gomes

FICHA CATALOGráfICA

(Preparada pelo Centro de Catalogação-na-fonte do
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ)

F982c
Furhammar, Leif
Cinema e política /por/ Leif Furhammar /e/ Folke
Isaksson; tradução de Julio Cezar Montenegro. Rio de
Janeiro, Paz e Terra, 1976.
235 p. ilust. (Cinema, v. 2)
Do original em inglês: Politics and films.
Bibliografia.

1. Cinema - Aspectos políticos 2. Cinema - História 3.
Filmes - História e crítica 4. Política no cinema I. Isaks-
son, Folke II. Título III. Série
CDD - 791.4309
791.437
CDU - 791.43:32
791.43(091)

76-0628

Editora PAZ E TERRA
Conselho Editorial
Fernando Henrique Cardoso
Antonio Candido
Celso Furtado

Índice

Prefácio -	6
PRIMEIRA PARTE - HISTÓRIA	
A Primeira Guerra Mundial -	7
A Rússia depois da Revolução -	13
Alemanha: o Front Vermelho -	26
Produzido por Joseph Goebbels -	35
A Guerra Civil Espanhola -	42
Hollywood e o Mundo -	52
Inglaterra: Democracia na Guerra -	68
Cesare Zavattini -	78
Cinema Novo: Brasil antes da Revolução -	84
SEGUNDA PARTE - FILMES	
A nova Babilônia -	90
O jovem hitlerista Quex -	94
O triunfo da vontade -	97
A terra espanhola -	103
O eterno judeu -	107
Ohm Krüger -	112
Mrs. Miniver (A Rosa da Esperança) -	115
<i>Vi er Vitkun Quisling's hirdmenn</i> (A nova tribo viking de Quisling) -	117
<i>Det brimer en eld</i> (Uma chama acesa) -	118
<i>The Hitler gang</i> (A Gang de Hitler) -	121
A Batalha de Stalingrado -	123
<i>Sänt händer inte här</i> (Isso não aconteceria aqui) -	124
<i>Unos</i> (O seqüestro) -	126
<i>Man on a String</i> (Confissões de um contra-espião) -	128
<i>Iron Curtain</i> (Cortina rasgada) -	131
<i>Obyknovenni fashizm</i> (O fascismo comum) -	134
Os Boinas-Verdes -	138
<i>Hanoi, martes 13 diz.</i> (Hanói, terça-feira, 13 de dezembro) -	141
Che! -	143
TERCEIRA PARTE - PRINCÍPIOS	
A estética da propaganda -	145
Do culto da personalidade à apoteose -	159
A primeira pessoa do plural -	175
A imagem do inimigo -	187
Defesa psicológica -	199
Mito, Magia e Política -	211
QUARTA PARTE - CONCLUSÃO	
Cinema e Política - um assunto ardiloso -	221
Bibliografia -	230



Omar Sharif no papel de Ernesto Guevara e Jack Palance no de Fidel Castro numa cena do filme norte-americano *Che!*

brilhante estratégia, eloqüência e visão. A Fidel falta a ambição pela revolução mundial e o ódio de Che pela América. As armas nucleares russas, também, são ideia de Che. A redução de Fidel Castro a uma mediocridade jovial é por si só um feito de realização cinematográfica política. Mas ele continua preendo um sujeito decente, sem ter realmente culpa por nenhuma ação fundamental nem se encaixar numa imagem de bicho-papão. Pelo menos isso deve ser reconhecido à ingénua alegação de honestidade de Sy Bartlett.

A abordagem das atividades de Guevara na Bolívia se encarrega do apoio inicial da platéia à revolução. Novamente em Havana, Fidel acha que seu amigo pode estar perdendo o pé na realidade. Vê-se como Che é inoportuno no

movimento de libertação boliviano, como entra à força nas casas e aterroriza seus ocupantes.

O exercício boliviano que foi treinado de acordo com os princípios de Guevara da guerra de guerrilha o aprisiona, mas "a CIA não estava envolvida de modo algum". Antes da execução, o exercício leva a ele um criador de cabras dizendo que Che viera libertá-lo. "Liberar de que?" pergunta o velho; ninguém perguntou a ele o que queria. "Desde que vocês vieram para essas montanhas com suas armas e seus tiros, minhas cabras não dão mais leite." É através do velho criador de cabras que o Guevara do filme é realmente executado. A execução do mito é seguida pelo som do tiro-teio que mata o homem.

TERCEIRA PARTE - PRINCÍPIOS

A estética da propaganda

Tolstoy escreveu: "A influência não só é um sinal certo de que algo é arte, como também o grau de influência é a única medida do valor da arte." Algumas décadas mais tarde, um grupo de comunistas de Tolstoy tentou adaptar essa tese à teoria e à prática do cinema. Eles criaram o período clássico do cinema russo e uma estética cinematográfica inteiramente nova.

Um dos aspectos mais notáveis de sua obra é que seus princípios artísticos se desenvolveram a partir de uma especulação mais psicológica que artística. Eisenstein e Pudovkin transformaram o diretor num ditador apto a, através da montagem, dirigir a experiência da platéia nos mínimos detalhes — seu campo de visão, pensamento, associações, emoções e conclusões.

Nos anos quarenta, o crítico francês André Bazin sugeriu uma alternativa num ataque de certo modo atrasado à abordagem totalitária do cinema por parte das autoridades russas. Bazin tentou formular a estética de um cinema democrático: ele queria um cinema em que a

realidade não fosse como nos filmes russos, despojada de toda sua complexidade com o objetivo de criar emoções predeterminadas e simples efeitos. A platéia não deveria ser forçada em suas percepções e reações mas deveria ter liberdade de escolha e oportunidade para formar suas próprias idéias.

Nos anos recentes, realizadores por toda parte têm feito filmes — mesmo políticos — democráticos no sentido que Bazin deu à palavra, filmes que questionam em vez de afirmar, relatam em vez de sugerir, procuram em vez de dirigir. Mas a propaganda seguiu o caminho de Eisenstein e não o de Bazin. Não pode se permitir ser democrática. Seu objetivo é *forçar* as pessoas a uma adesão específica.

Seria entretanto falso encarar as teorias russas como um *pré-requisito* para a forma e a estética vigentes do cinema de propaganda. Os russos formularam, analisaram e desenvolveram princípios que sempre foram mais ou menos conscientemente aplicados pelos propagandistas cinematográficos — e que continuariam sendo mesmo sem os teóricos.

As teorias russas sobre a montagem partilham as proposições subjacentes aos filmes de propaganda: de que através da manipulação da imagem cinematográfica da realidade é possível também se manipular os conceitos do espectador sobre a realidade — isto é, os conceitos sobre os quais fundamenta suas atitudes e ações.

Nesse ponto, os documentários não se diferenciam dos filmes de ficção. É verdade que aqueles tratam da realidade, mas para os objetivos da propaganda essa é uma vantagem: principais: os documentários parecem refletir tão autenticamente os preconceitos da platéia que a manipulação pode ser escamoteada com mais facilidade. O realizador constrói sua própria realidade mesmo quando aparentemente está trabalhando com fatos objetivos.

Os fotógrafos de atualidades inglesas que filmavam na frente de batalha para *The Battle of the Somme* e outros documentários da Primeira Guerra Mundial provavelmente teriam notado que estivessem criando propaganda com alvo político (apesar de que seus filmes fossem considerados importantes fatores para reforçar a moral na frente interna). Num aspecto eles tinham um grau de honestidade e objetividade consideravelmente maior que os recentes documentários sobre a guerra; o material autêntico não era submetido ao sutil parcialismo que passa junto com a narrativa elegantemente confeccionada de um moderno filme de compilação. Os filmes eram editados sem quaisquer ajustes para conseguir efeitos dramáticos ou epícos: uma imagem seguia-se à outra sem qualquer tentativa de impor uma lógica ou uma continuidade artificiais.

Mas seu material era submetido a um vanguardoso, talvez até forçado, princípio de seleção. Os filmes funcionavam como propaganda porque mostravam a guerra apenas do ponto de vista de seu lado. Os fotógrafos não ultrapassavam sua linha de frente; não podiam registrar o que era dito, pensado e sofrido do outro lado. Sua imagem da guerra possivelmente era verdadeira, mas era literalmente meia verdade.

A seleção e a meia verdade são os pontos fundamentais do documentário propagandístico, e é um fato psicológico que as meias verdades sirvam do mesmo modo que as verdades inteiras como base para as ilusões cinematográficas do que é real. Os mestres da montagem russos descobriram que pode se construir solidamente a ilusão a partir de pequenas peças, cuidadosamente escolhidas e combinadas. Tudo que na realidade fosse não apropriado ou acidental podia ser eliminado no estágio dos cortes, e o efeito das imagens poderia ser mais peso através de uma edição rítmica e de uma abordagem didática.



Cena do filme alemão *Aurora*, 1933.

Em 1960 o Comitê do Congresso sobre Atividades Antiamericanas apresentou um documentário sobre as demonstrações havidas em São Francisco durante as tomadas de depoimentos naquele ano. O filme se chamava *Operation Abolition* e se destinava a provar que as demonstrações haviam sido iniciadas por comunistas e traidores. Mas tarde ficou evidenciado que os tiros de líderes comunistas, por exemplo, haviam sido retirados de documentários sobre um acontecimento completamente diferente: as multidões são muito parecidas entre si.

Poucos dias depois da invasão da Normandia as platéias alemãs podiam ver documentá-

rios mostrando os aliados sendo empurrados de volta ao mar pelas forças do Reich. Esses jornais da tela na verdade mostravam o fracasso de desembarque aliado em Dieppe uns dois anos antes.

A falsificação pode também ser conseguida ajeitando as coisas, a própria realidade, para que a câmera do documentário filme. O mais macabro não é o exemplo notório de *Africa Addio* (*Adeus Africa*, 1963) de Gualtiero Jacopetti mas um filme nazista sobre o campo de Theresienstadt, *Der Führer schenkt den Juden eine Stadt* (*O Führer dá uma cidade aos judeus*, 1944). Por uns poucos dias, as coisas foram ar-

ranjadas de modo a dar a impressão de que em Theresienstadt os judeus estavam vivendo nas circunstâncias as mais idílicas, de que o governo alemão colocara a sua disposição um bem desenvolvido sistema de serviços sociais, de que subsidiara agradáveis atividades de lazer e de que todo o conforto possível fora dado com esse presente de Hitler aos judeus. Para um melhor resultado foi escolhido para dirigir o filme um prisioneiro judeu, Kurt Gerron, depois executado.

Os filmes de ficção não têm a aura de autenticidade dos documentários (e os consequentes problemas morais). Por outro lado os recursos dos diretores de ficção são em princípio ilimitados, já que ele literalmente cria a realidade do filme de acordo com seus objetivos. Quando falta de credibilidade pode ser compensado com a adição de intensidade – e a propaganda de ficção se protege contra reações ambivalentes através da procura das respostas humanas mais fundamentais, dos juízos de valor mais básicos, das emoções mais elementares.

Assistir a um bem construído filme de propaganda pode entretanto ser uma experiência particularmente ambivalente. O objetivo político pode muito bem ser repulsiivo, mas se se considera só o que ocorre e o que é dito e feito, no filme tem-se que, como membro da platéia, escolher o lado certo. Os filmes de propaganda têm o bem e o mal tão bem ordenados, com seus personagens bem definidos e seus conflitos claramente desenhados, que há pouca escolha além de reagir com as violentas emoções que são provocadas.

É claro que a propaganda se dirige às emoções e não ao intelecto. Confiando no fato de que as pessoas em estado de excitação são receptivas à influências que de outro modo seriam esquivadas, os propagandistas fazem tudo que podem para provocar emoções, para que mais facilmente possam conduzi-las à sua meta política.

Quando Eisenstein chegou a formular por escrito sua estética, a teoria da "atração" se tornou uma de suas teses básicas, apesar de feita de modo crítico. A teoria remonta às atividades pré-cinematográficas de Eisenstein como diretor de teatro e nasceu da necessidade de momentos impetuosos, aban-

dores, na produção, de choques que provocassem violentas reações psicológicas. Essas "atrações" se destinavam a aumentar o grau de envolvimento da platéia mais ou menos do mesmo modo que as mais arriscadas acrobacias no circo. A aplicação da teoria na cinema significava essencialmente que as atrações deviam contribuir para a construção de uma tensão emocional e consequentemente de um envolvimento emocional que poderia então ser dirigido.

Reduzida a esses termos, a teoria das atrações aparece como pouco menos que uma simplificação de fato apenas um dos princípios básicos de todos os filmes de propaganda. Tradicionalmente o gênero tem funcionado com a convicção (racional ou instintiva) de que a propaganda só tem impacto se operar sobre fortes emoções. Há entretanto um tipo de cinema de propaganda que se desvia numa certa medida do nível geral. O realismo social na União Soviética e em outros países da Europa Oriental foi com frequência caracterizado por um certo puritanismo quanto ao uso de atrações o que, de modo um tanto simpático (ainda que precário do ponto de vista da eficiência), evita quaisquer atalhos para conseguir o envolvimento da platéia. Por outro lado, dentro dessa forma artística, tão bem equipada para operar sobre as emoções, dificilmente outro gênero especulou tanto quanto o filme de propaganda com todos os tipos de atrações emocionais e com uma tal objetividade e falta de escrúpulos.

A emoção favorita aqui é a indignação, na medida em que contém dentro do mesmo momento da experiência tanto a força requerida como o necessário preconceito, não deixando nenhum lugar para a ambivalência moral. Mas ainda que a indignação seja um elemento característico da propaganda, ela constitui algo como um caso particular da manipulação emocional. As emoções sobre as quais opera a propaganda não têm necessariamente que ser intrinsecamente tendenciosas. Elas providenciam a força mobilizadora por trás do envolvimento da platéia; a direção pode ser dada por outros elementos.

Por isso talvez seja simplesmente natural que os grandes expoentes do melodrama estejam entre os diretores propagandísticos mais bem sucedidos (D. W. Griffith, Leni Riefenstahl, Veit Harlan, Michael Curtiz etc). Devido ao modo como se desenvolveu a propaganda, a

capacidade para aumentar a tensão emocional se tornou mais importante do que o conhecimento político. Surpresa, ameaça, aventura, amor e morte – essas e outras atrações absorventes do melodrama se desenvolvem através da propaganda, tornando uma base de apoio sólida para a mensagem.

O erotismo é uma importante fonte de inspiração para o melodrama e consequentemente um dos maiores catalisadores no laboratório emocional da propaganda. Suas aplicações foram uma legião.

A propaganda nazista, por exemplo, usava os dados emocionais das histórias de amor com grande consistência e clareza, para sugerir uma hierarquia de valores ligando amor e política. O amor era considerado como fator positivo e as histórias propagandísticas eram estruturadas de modo a subordiná-lo a algo ainda mais elevado – lealdade a Hitler e morte pela pátria. Se dois rapazes simpáticos disputam o amor da mesma loura num filme nazista, pode ser fascinante descobrir quem vai ficar com ela, mas por exemplo em *Morgenrot (11. Aurora, 1933)* de Gustav Ucicky, em *Kampfkochwader Lützow (11. Espadachim Bombardieros Lützow, 1941), ou em U-Boote werwärt (11. Submarinos em direção ao Ocidente, 1941)* de Günther Rittau, é o pretendente rejeitado que se torna ingualado herói ao merecer um prêmio maior que o amor de uma mulher: o marido heróico, cujo valor emocional intrínseco é aqui aumentado pelo interesse amoroso.

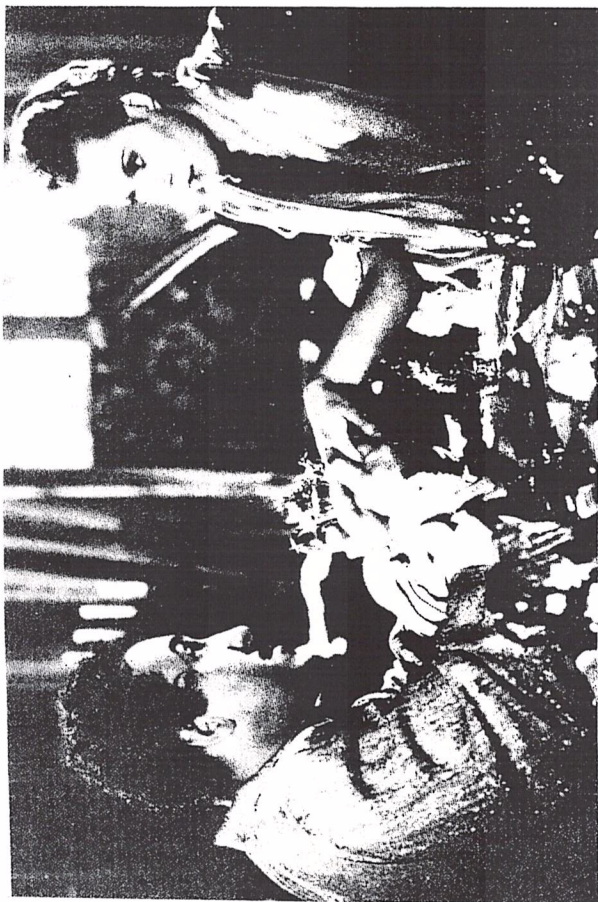
Entre uma vasta quantidade de possíveis exemplos, merece um exame mais detido um filme americano sobre a guerra da Coreia, *One minute to Zero (11. Um minuto para Zero, 1952)* de Tay Garnett. É virulentamente anticomunista e superficialmente parece estar cheio de ódio pela guerra, mas sob isso correm sofisticadas correntes emocionais – entre elas o caso de amor envolvendo Robert Mitchum e Ann Blyth. E o ano de 1950 e Robert Mitchum é o coronel de um pequeno batalhão da ONU subitamente posto face à tarefa de estabelecer na Coreia do Sul um sistema de defesa capaz de proteger a fronteira existente contra ataques do Norte. Ele encontra Blyth, trabalhando como enfermeira, quando explode a guerra. Mais tarde, durante um bombardeio inimigo, seu mudo amor desperta; pela primeira vez se tocam. Durante a luta Mitchum é ferido e acaba sendo cuidado por ela, mas também fica sa-

bendo que é casada. Antes de voltar à frente de batalha os dois jantam juntos e na hora da sopa nossa heroína lhe diz que o marido foi morto na Segunda Guerra Mundial. Ha hora do café eles se beijam, mas quando chega a hora da partir ela lhe diz com lágrimas nos olhos que não pode casar novamente com um soldado e viver outra vez com medo de que o marido seja morto. Os amantes se atacam quando Blyth assiste Mitchum ordenar às suas tropas abrir fogo contra uma coluna de norte-coreanos em retirada. Porém quanto mais ela vê da guerra, mais forte se torna sua convicção de que Mitchum agira corretamente, e com isso seu amor vai ficando mais firme. Quando ele é promovido por mérito ela promete se casar com ele.

A sutileza dessa história está no modo como o interesse amoroso continuamente traz valores emocionais adicionais à guerra. Guerra que mantém o casal unido. Guerra, como é revelado, que matou o marido e assim tornou possível o amor dos dois. Guerra que dá a ele os ferimentos que permitem a ela a oportunidade para cuidá-lo. Guerra que a convence da inevitabilidade de seu amor tornando urgente seu relacionamento através de uma crise emocional. Guerra que dá a Mitchum tanto status social como uma esposa. Seu amor é abençoado pela guerra e de volta santifica-a em cada momento de tensão, porque a platéia quer um final feliz para o caso de amor e o meio de conseguir isso é a guerra.

O amor entretanto pode ser perigoso. Pode ser utilizado como uma arma pelo inimigo. Durante a Guerra Fria por exemplo, uma variação sobre o tema, comum de ambos os lados, consistia em fazer o herói se apaixonar por uma mulher que se revelava espã do inimigo. A revelação é realmente dolorosa, mas existe no choque uma carga emocional uma "atração" no sentido que Eisenstein dá à palavra. A força emocional por trás da mensagem se torna ainda mais poderosa quando a retidão política sobrepõe violentamente o amor, quando a mulher militante atrai em seu amor porque ele é um alemão infiltrado ou um oficial cansta – respectivamente em *Sekretar Roman (Os Guerrilheiros, 1942)* de Ivan Pyryev e as duas versões de *Sorok Periyi (A quadragesima Primeira)*.

Mais o amor é normalmente um grande aliado do direito, e sua vitória pode trazer o triun-



Sexo e anti-semitismo. Ferdinand Marian no papel do judeu Süss no filme do mesmo nome.

fo político. Pode ficar como a união simbólica de dois campos opostos frente a um inimigo comum, como quando o liberalismo e o socialismo, personificados por Tallulah Bankhead e John Hodiak, são reunidos pelo amor em *Lifeboat* (*Um barco e nove destinos*, 1943) de Alfred Hitchcock, ou quando se unem o capital e o trabalho contra o marxismo no filme nazista norueguês *Ungje Vifter* (1943) de Walter Fyrest. Conquista fronteiras quando afasta Greta Garbo, a comissária soviética, do comunismo em *Ninotchka* (1939) de Ernst Lubitsch, ou o comandante do campo de concentração do nazismo em *Excellensen* (1944) de Hasse Ekman.

Tanto o prazer como a dor do amor provocam reação emocional que pode ser politicamente dirigida. Na guerra o amor é afligido pela morte e pela separação; prazer e dor se fundem numa das armas emocionais mais diligentemente exploradas pela propaganda. O amor frente a morte pode ser usado para criar sentimentos que vão bem além da simples ternura. Um modelo padrão é deixar o amor despetado e crescer no momento de maior perigo, quando a morte está mais próxima e a dis-

respeito em filmes como *Hans Westmar* e *Hitlerjunge Quex* (*O jovem hitlerista Quex*) (ambos de 1933), era particularmente forte a aversão pelo sexo. Hans Westmar, o jovem líder sem mácula, está acima de todos os laços emocionais particulares e dos desejos do corpo. Tem aversão à depravação moral de Weimar e repudia a aproximação de uma germano-americana rica, de modo a poder dar ao Movimento toda a concentração e energia de seu jovem corpo. Em *Hitlerjunge Quex* Heini, ainda que um pouco mais jovem, tem o mesmo desprezo pela vida um tanto promíscua levada no grupo dos jovens comunistas e, significativamente, o único membro da Juventude Hitlerista tentado pelos desejos da carne é um que fuma, usa o uniforme com desleixo e no final trai os nazistas pelos comunistas.

No cinema americano o apetite sexual foi por muito tempo atribuído apenas aos negros e, no decorrer da Primeira Guerra Mundial, aos oficiais alemães cujo único desejo na vida era violentar inocentes americanas. Desde então o tema da violência tem sido uma fonte favorável de indignação, reforçando a hostilidade do gênero em relação ao sexo. Mal tal puritanismo em propaganda é uma forma sutil de dupla moralidade. O anti-semitismo do *Judeu Süss* (*O judeu Süss*) de Veit Harlan está entre vários exemplos da prática de pornografia, e é irônico mas bastante lógico que o ator Ferdinand Marian que desempenhou o papel do judeu libertino tenha recebido tanta correspondência de fãs, na maioria mulheres. Ódio à parte, tais filmes também exploram a excitação fisiológica provocada por fantasias sobre violência.

As tendências puritanas eram trabalhadas mais sistematicamente nos primeiros filmes nazistas, que pregavam consistentemente um modelo estrito de vida limpa — há uma antiga conexão mística entre ascetismo e poder. Não que faltassem ao cinema nazista tonalidades eróticas: nas paradas, as botas brilhando, a atração pelo uniforme, o poder místico e o conceito do líder carismático, o cinema nazista possuía uma qualidade sexual difusa mas muito real — uma sublimação extática do sexo, uma canalização do poder erótico para os símbolos do Partido e o Führer.

O cinema de propaganda nazista difere em grau mas não em espécie do erotismo latente de outros exemplos. Exibições de violência e demonstrações de força têm em si qualidades

excitantes. A capacidade física de superação, a precisão mecânica no tiro, a potência tipo máquina não são simples evidências de uma força ímpar mas têm também uma qualidade eufórica. A estética do poder nos filmes de guerra tem seus próprios tons libidinosos: há certos elementos de êxtase sexual na penetração dos torpedos, no elegante rugir das parábolas descritas pelos foguetes, e na beleza apocalíptica dos incêndios depois dos ataques dos bombardeiros.

Ocasionalmente esses elementos específicos na estética da guerra são cultivados numa verdadeira coreografia. O filme nazista *Stukas*, e o russo *A Batalha de Stalingrado* e o americano *As Muralhas de Montezauma* têm diferentes pontos de partida chovinistas, mas todos contêm notáveis seqüências combinando imagens, corte, música e o som e a fúria da batalha num orgiástico balé de ritmos, forma estilizada e exaltação sinfônica. Em momentos assim, quando a realidade terrível é abstraída numa pura forma, a propaganda dá a suprema demonstração do ponto de irracionalidade a que pode ser levada a sugestão emocional em defesa do patriotismo.

Os efeitos do ritmo talvez ofereçam a ilustração mais simples de como um nível emocional carregado funciona em termos puramente fisiológicos para reforçar uma tendência determinada. A montagem russa da época de Eisenstein e Pudovkin acabou sendo identificada principalmente pelo andamento frenético de suas imagens. Não há dúvidas de que a fúria visual dos estímulos óticos mudando numa violenta velocidade tem por si só um efeito excitante que pode ser guiado por outros fatores emocionalmente mais diferenciados. O som trouxe algumas limitações à área coberta pela montagem, mas o corte acelerado ainda manteve sua popularidade como mecanismo de propaganda. Foi empregado com particular eficiência pelo cubano Santiago Alvarez em seu filme antinorte-americano *NOW* (1965) que bombardeia o espectador com imagens entremostradas, revoltantes, do racismo americano: a montagem pulsa com o ritmo e o consolante *crecendo* de "Havana Geela", cantada como canção de protesto por Lena Horne.

A forma em *crecendo* é própria para filmes de propaganda. Ajudadas pelo ritmo das imagens e a música as emoções são despertadas, reunidas e exacerbadas até um climax. Eisens-

tem explicou como cuidadosamente utilizara o método da repetição progressiva em vários níveis no *Encouraçado Potemkin*: "De um pequeno organismo celular do navio de guerra ao organismo de todo o navio; de um pequeno organismo celular da esquadra ao organismo da esquadra inteira – assim atravessa o tema o revolucionário sentimento de camaradagem."

Tanto o cinema revolucionário russo como os primeiros filmes nazistas oferecem alguns destacados exemplos de lenta construção do envolvimento em direção a uma culminação final que parece reunir e reforçar todo o espetáculo de emoções previamente despertada: mas não completamente exploradas. Sem essas técnicas psicológicas, há filmes de propaganda que não convencerem, indo direto e solicitando desde o começo um envolvimento emocional totalmente desenvolvido perdendo a oportunidade de construí-lo aos poucos. O documentário chinês *O Presidente Mao é o sol vermelho em nossos corações* (1966) é feito claramente com a certeza de que a plateia já está tão bem dirigida emocionalmente a favor de Mao Tse-tung que está pronta a responder extaticamente desde o começo do filme, que apresenta uma interminável multidão entusiasmada. Não tem uma construção progressiva, do êxtase e assim fica monótono e não atrai a quem não tenha os preconceitos requeridos a priori.

Um tema propagandístico favorito e que parece funcionar com a mesma força emotiva cada vez que reaparece, tem sua origem no eficiente uso que o cinema russo faz da multidão.

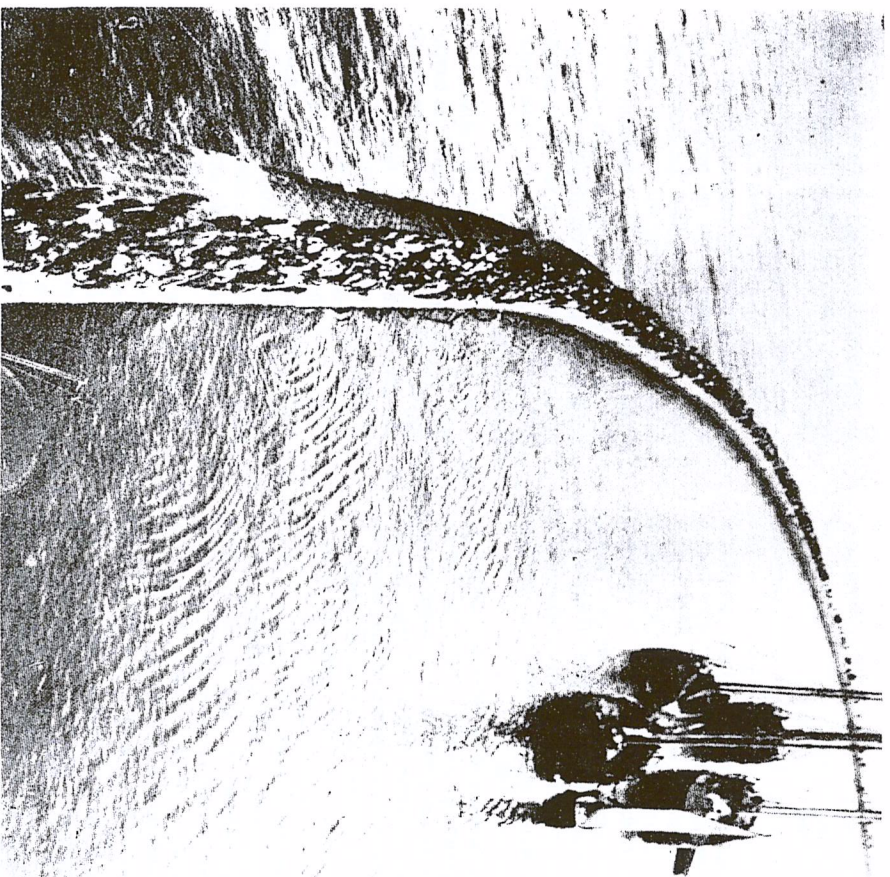
Isso parece ter começado em 1925 com *O Encouraçado Potemkin* de Eisenstein e *A Mãe* de Pudovkin. Um pequeno grupo de pessoas vem junto e anda em direção a um objetivo; a eles vem se juntando um número crescente até que o pequeno grupo vira uma grande massa deslocando-se para a frente. As emoções dessas pessoas atingem o espectador e o prendem de um modo que só pode ser explicado como uma experiência de solidariedade instintiva, não necessariamente com a proposta das pessoas mas com seu entusiasmo, e parece como se o elemento ativo fosse o crescimento de grupo para multidão, do mesmo modo que o *crecendo* é mais sugestivo do que o *fortissimo*. Esse motivo surge num certo número de filmes socialistas e atinge sua expressão mais gráfica e significativa em *L'Espoir (A Esperança)*, 1938 de André Malraux. De modo bastante curioso, a co-

letividade crescente não precisa ser obrigatoriamente de pessoas para obter o efeito desejado: em *A Rosa da Esperança* são os barcos que vêm juntos numa armada em constante crescimento que formam a seqüência mais emocionante antes do milagre de Dunquerque. A propaganda cinematográfica nazista que sob muitos aspectos adotou e reconstruiu as ideias psicológicas e formais do cinema russo, utilizou esse motivo em vários filmes, muitas vezes expressando-o de um modo surrealista, visionário, acompanhado por um fluxo crescente de música marcial.

Mesmo *O Encouraçado Potemkin* teve originalmente sua própria música, composta especialmente por Edmund Meisel. Isso já se apagou, mas houve rumores de que seu poder de excitar a plateia era tão grande que chegou a ser banida em alguns países onde o filme foi exibido.

A eficiência da música naturalmente depende das convicções vigentes. Conseqüentemente o que já foi poderosamente persuasivo pode atualmente parecer simplesmente ridículo, por ter o cinema adotado novos princípios musicais. Muitos filmes patrióticos da Segunda Guerra Mundial estão virtualmente esmagados por uma trilha sonora bombástica que trata do mesmo modo detalhes íntimos e panorâmicos. O documentário alemão *Blitzkrieg (Guerra Relâmpago)*, 1939 não é um caso isolado; suas múltiplas peculiaridades incluem uma fanfarras repentinamente se destacando do fundo musical para dar um ar de solene festividade ao momento em que o Führer prova da sopa dos soldados. As panorâmicas entusiasmantes também estão presentes, e reaparecem em praticamente todos os documentários nazistas e nas atualidades da Ufa. Eles surgem com música marcial, que desfila incessantemente para criar um estado de intoxicação emocional. Isso pode muito bem ter sido eficiente *naquela época*. Hoje essa utilização aparentemente fatal do som parece estar presente apenas por razões de magalomania, insensibilidade e impulsos assassinos.

Mas nem toda a música de cinema nazista agredia monotonicamente aos ouvidos; ocasionalmente podia ser sedutoramente refinada. A propaganda na diversão cinematográfica "não política" era dificilmente distinguível mas ge-



O Encouraçado Potemkin de Eisenstein.

almente conseguia seus efeitos de modo magistral através de um elaborado uso da música.

Um desses filmes, o popular *Wunschkonzert* (1940), deve em grande medida seu poder emocional à música, que é parte de um dos excessos de heroísmo de mais sublime extravagância na história do cinema. Cercado por explosões de fogo, um soldado alemão senta-se à noite numa igreja bombardeada, tocando órgão de modo que o som possa guiar de volta uma patrulha perdida por entre campos minados e fogo de artilharia do inimigo. Mas quando seus amigos retornaram a salvo, graças a sua ajuda, ele é atingido por uma granada e cai

sobre os registros enquanto o acorde final ressoa pela paisagem sombria, arruinada. Essa heróica morte na música é inesquecível; seu efeito impossível de transmitir com palavras.

Mas o conteúdo e as implicações da música são notoriamente difíceis de serem descritos em palavras, ainda que não seja quase nada uns poucos pontos sobre a estética da música no cinema de propaganda. Nenhum outro gênero faz um uso tão amplo da música já pronta – nenhum outro gênero tem tanta necessidade de utilizar atitudes emocionais suficientemente institucionalizadas para possuírem seus próprios símbolos musicais. Marchas patrióticas e hinos nacionais se tornam sons característicos

das forças do bem ou do mal. Nos filmes nazistas os heróis atuavam ao som da Canção de Horst Wessel, de *Deutschland, Deutschland über alles* e de *Wir fahren gegen Engeland* ("Estamos a caminho da Inglaterra") – sons para atenuar emoções solicitadas pela pátria e a ideia de vingança nacional. Por outro lado, a armada americana ia à batalha contra os japoneses e outras ameaças ao Mundo Livre ao som de *Halls of Montezuma* ("As muralhas de Montezuma"), "Anchors Aweigh" ("Âncoras levantadas") ou *The Battle Hymn of the Republic* ("O hino de guerra da República") – *They Were Expendable* (*Fomos os Sacrificados*) tem todas três.

Em compensação os temas musicais do inimigo podem ser virados contra ele. Em *La Bataille du rail* (1945) de René Clement, por exemplo, pasquinhos irônicos ou maliciosos da Horst Wessel Lied repontam da trilha sonora enquanto os franceses da Resistência sabotam os trens alemães, e no filme antinazista de Mark Donsoi *The Rainbow* (*O Arco-Íris*, 1944), se ouve versões distorcidas do hino nacional alemão enquanto os soldados alemães assaltam crianças, mulheres e velhos. É uma tentativa astuciosa de fazer com que a ação pareça representativa – o hino nacional generaliza a brutalidade dos soldados isolados para fazê-la parecer característica da Alemanha inteira.

Quando Bertil Malmberg e Hasse Ekman pedem um alerta moral em *Excellensen* (1944), não precisam dizer em muitas palavras onde está havendo terror, já que os créditos são acompanhados por variações pouco camufladas sobre o tema de "Deutschland über alles". Na cena final, entretanto, quando Sua Excelência, depois de torturado pelos fascistas, perece numa morte sacrificial, um coro invisível canta "Ave Maria".

Tais coros celestiais aparecem em filmes de propaganda com uma frequência incomparável. O gênero não atinge seu esplendor total enquanto não consegue mobilizar as emoções ligadas ao além. As vibrações de vozes celestiais investem a mensagem com um grau extra-terrestre de autoridade que não pode ser dado nem pela música instrumental nem por um comentário falado. Mesmo um filme com tanto senso de autenticidade como *La Battaglia di Algeri* (*A Batalha da Argélia*, 1966) de Gillo Pontecorvo amortalha a luta pela liberdade com vozes celestiais para influndir nessa um va-

para complementar a realidade visual. As mesmas considerações emocionais se aplicam tanto aos documentários como à ficção.

Na ficção, entretanto, há outra convenção disponível para abastecer a platéia com um sumário facilmente assimilável da mensagem a partir de uma estruturação naturalista. Num equivalente emocional da moral das antiquadas fábulas, uma das mais convincentes técnicas de propaganda é incluir um apelo mobilizador, pelo herói ou a heroína, feito na estrutura da história mas diretamente destinado à platéia. Quando Ann Blyth fala ostensivamente a Deus em *One Minute to Zero*, ela está de fato fazendo um sermão anticomunista para a platéia. E quando Walter Pidgeon, em *Man Hunt* (*Caçada Humana*), expressa sua apaixonada condenação de Hitler e do nazismo, se dirige menos ao homem da SS, George Sanders, do que ao espectador. Essas seqüências tendem entretanto a quebrar a unidade estilística do filme: a imagem de repente fica imóvel, a cabeça ocupa o plano, e as palavras se tornam pesadamente solenes. A propaganda antifascista da Inglaterra e dos Estados Unidos contém os exemplos mais numerosos e eloquentes de tais recados ao espectador, sejam apelos a favor dos oprimidos ou conclusões à vingança, ou mesmo obras-primas de retórica na tradição de Lincoln, as quais nos dias negros da Segunda Guerra Mundial qualificavam como universais afirmações de fé na democracia. A mais conhecida dessas falas ao público está em *O Grande Ditador*, quando Chaplin parece sair de seu papel virando-se para a platéia para fazer um apelo apaixonado a todo o mundo democrático. O cômico cede o lugar ao homem Chaplin, que com evidente emoção coloca toda sua autoridade pessoal por trás da mensagem.

A propaganda sempre explorou a popularidade pessoal dos ídolos cinematográficos, utilizando assim credenciais exteriores ao próprio filme. De Sarah Bernhardt a John Wayne, a simples presença das estrelas tem garantido a validade de mensagens políticas. Trazem consigo o encanto carismático de seus primeiros papéis, e sua popularidade aumenta seu status como autoridades políticas. Essa transiência irracional de prestígio tem ultimamente, nos Estados Unidos, aparecido na realidade da mesma forma que na ficção, com antigos artistas entrando na política.



Charles Chaplin interpretando o *führer* em *O grande ditador*.

No cinema de propaganda, como em outros gêneros, os atores desempenham papéis semelhantes em filme após filme, devido não apenas à força do hábito mas a que a imagem estabelecida do ator possa carregar o papel com associações apropriadas e já existentes. Especialmente em Hollywood, onde o *star system* (sistema) e a utilização de atores típicos foi mais sistemática, uma constante repetição dá a certas caracterizações cinematográficas uma estabilidade quase ritualística.



Vladimir Sokoloff no filme norte-americano *Song of Russia*.

Mas não é apenas nos papéis heróicos que o cinema utiliza atores para gerar associações, e os tipos se aplicam tanto para vilões como para heróis. Durante a guerra obviamente os atores imigrantes são as personificações mais adequadas dos "estrangeiros", e normalmente cada um desses é o personagem claramente positivo ou claramente negativo. Assim, de 1940 em diante, o papel de Vladimir Sokoloff nos filmes políticos americanos era sempre o do velho chinês gentili sofrendo sob o regime terrorista; na comédia seu equivalente era Felix Bressart.

Num par de casos extremos, foram estabelecidas relações políticas num contexto macabro: dificilmente foi por coincidência que

Bela Lugosi, o vampiro dos filmes de Drácula, tenha desempenhado o papel de um comissário russo em *Minotchka*, ou que o ator refugiado Conrad Veidt, igualmente com tenebroso passado nas telas, mais ou menos no fim da vida pareceu personificar as fantasias do cinema americano sobre a Gestapo.

Na medida em que o mecanismo da propaganda parece favorecer a ligação de certos atores a certos papéis, não surpreende que algumas figuras da política sejam habitualmente retratadas no cinema por determinados atores. Em vários filmes americanos durante a Primeira Guerra Mundial o Kaiser Wilhelm foi caricaturado quase sempre pelo mesmo ator, Ru-

pert Julian. No cinema soviético, Mikhail Gelovani fez o papel principal na maioria dos filmes glorificando Stalin, enquanto a parte de Lênin teve dois grandes intérpretes especializados, Boris Shiyukin (que morreu em 1937) e Maxim Straukh. O ator alemão Otto Gebühr dedicou-se entre 1920 e 1940 quase exclusivamente a um papel, Frederico o Grande, a quem retratou em cerca de 15 filmes; na verdade ele apareceu como o gênio militar prussiano em todos os filmes alemães feitos sobre o personagem durante os anos do nacionalismo militante crescente.

A propaganda não se baseia apenas na retórica enunciada: emprega seus equivalentes visuais. Na verdade, com a necessidade que tem de um apelo visual forte, o cinema de propaganda depende de uma solenidade do estilo visual específica, que preserva o caráter retórico do gênero mesmo quando o resto do cinema está procurando novas formas estilísticas.

É possível a pergunta sobre até que ponto essa característica presta um bom serviço à propaganda. A retórica visual pode facilmente ser acompanhada por uma sensação de vazio formal, e o distanciamento emocional pode substituir o requerido envolvimento. O fiasco de Eisenstein com *Quilbro* foi devido pelo menos parcialmente ao frio efeito estético das complexidades formais do filme sobre os indivíduos da massa da plateia. Seu compatriota mais jovem, Mikhail Kalatozov, tratou os antecessores da revolução cubana de maneira semelhante quando fez *San Cuba!* (*Sou Cuba!*) nesse país em 1963. Nas mãos de Kalatozov a revolução vira uma grande ópera: a gesticulação é violentamente exagerada, as composições são elaboradamente expressionistas, os movimentos de câmera são cheios de virtuosismo sem nenhum outro propósito, os símbolos são carregados, o ritmo visual é caótico. *Sou Cuba!* tem uma forma mais emocionante do que qualquer outro filme revolucionário, mas sua retórica é sempre vazia. Em Cuba foi recebido com muito ceticismo.

Nos estudos da estética cinematográfica, os filmes de propaganda são geralmente utilizados como a principal fonte de exemplos para ilustrar o papel da câmera na imposição de uma determinada visão para a plateia (câmera baixa para dar uma impressão de poder; câmera alta para dar impressão de insignificância etc.). Eles poderiam também servir para exem-

plificar o uso de símbolos visuais e de metáforas bem como de várias outras figuras cinematográficas de estilo.

Na verdade pode-se dizer que os filmes de propaganda são em si mesmos figuras de retórica. Desde que o objetivo do gênero é criar determinadas generalizações a partir dos incidentes isolados exibidos, os acontecimentos e os personagens principais sempre representam mais do que apenas a si mesmos. Invariavelmente representam conceitos mais amplos — uma coletividade, um movimento, uma ideologia, uma nação, um inimigo. Assim, cada filme de propaganda, bem como cada herói e cada vilão, é de *per se* uma sinédoque.

Os teóricos têm considerado com muita frequência a carga emocional dos objetos na tela devido a associações sentimentais que adquiriram no decorrer do filme. A propaganda se apropriou desse estratagema melodramático levando-o à perfeição, relacionando objetos com qualidades heróicas e patrióticas e assim equipando-os para funcionar como lembranças emocionais. Esse método se aplica especialmente a heróis sacrificados: quando morrem seu espírito é revivido através de algum objeto particularmente evocativo. No filme soviético *Nós de Kronstadt*, três bombas dão tranquilamente à praia depois que os marinheiros de Kronstadt foram lançados ao mar pelos terroristas brancos.

Os mais importantes objetos na propaganda já possuem entretanto uma carga emocional firmemente estabelecida e mesmo uma certa significação mágica: emblemas, estandartes e bandeiras — símbolos patrióticos. Durante a Primeira Guerra Mundial, a dignidade da Bandeira de Listas e Estrelas foi explorada com tal cinismo pelo cinema americano que mesmo o patriota mais fanático via nisso um insulto à sacralidade da bandeira. Mas as bandeiras são usadas como felizes em todo tipo de filme de propaganda, mesmo que sua magia visual varie nos diferentes países. Nos filmes americanos mais recentes os símbolos nacionais aparecem como uma identificação com tons emocionais, como uma fanfarrina visual ou uma vinheta de arremate, mas raramente como um elemento importante no drama. Os filmes nazistas, por outro lado, incorporaram seus símbolos na ação como monumentais e curiosamente fortes fontes de poder. Também no cinema soviético a bandeira se torna um elemento poderoso

para o fervor revolucionário - mas o povo que a carrega é mais importante que seu simbolismo.

Eisenstein tentou aumentar o efeito emocional da bandeira no *Encouraçado Potemkin*, colorindo-a, a mão, de vermelho. Dez anos mais tarde, Nikolai Ekk deu uma demonstração clássica do uso emocional da cor em *Women's Revolt* (1). *A revolta das mulheres*: quando uma operária é ferida por uma bala, o sangue lentamente pinta seu lenço de cabeça de vermelho de modo a criar o que finalmente é usado como a bandeira da rebelião.

Tentativas posteriores para planejar esquemas de cores que adicionem uma faixa emocional ao cinema de propaganda incluem o biográfico *Ernst Thälmann* (em duas partes, 1954 e 1955) de Kurt Maetzig. É cuidadosamente construído para apresentar um esquema de cor político no qual o vermelho está ligado a contextos positivos, elevados, comunistas, enquanto seu complemento, o verde, ocorre sempre que possível apenas em cenas "negativas". Assim a heróica caminhada para a morte de Thälmann no campo de concentração é totalmente encenada em vermelho, criando uma impressão bastante singular embora tencionando claramente dar a seu martírio um valor emocional positivo.

O efeito psicológico da cor é um assunto difícil, e o simbolismo de Maetzig dificilmente consegue seu objetivo. Os significados que podem ser atribuídos a cores determinadas dificilmente são devidos a quaisquer qualidades inerentes às cores, mas principalmente à associação obtidas através de seu uso frequente em contextos simbólicos. Isso pode ser um truismo, mas pode-se duvidar que a cor possa ser separada desse contexto simbólico, como em *Ernst Thälmann*, sem perda de seu efeito emocional. Um filme como *O Presidente Mao é o Sol Vermelho em nossas corações* conseguiu entretanto transmitir um notável sentido de unidade pela predominância constante do vermelho. O cenário das paradas e das reuniões de massa é completamente vermelho: uma densa massa de bandeiras vermelhas, dezenas de milhares de pessoas agitando os livrinhos vermelhos. A cor parece carregar um sentimento revolucionário nesse filme, não porque o vermelho tenha uma qualidade revolucionária intrínseca mas porque é a cor em que todos os gestos e símbolos revolucionários estão vestidos.

difficil, nisso como no restante, seguir e ser convencido pelos argumentos de Eisenstein, os contrastes formais realmente funcionam como meio de rotular e esclarecer nos filmes de propaganda. Entretanto, os mais poderosos efeitos contrastantes operam mais num nível emocional do que formal, onde podem se tornar tão incisivos que não deixam lugar para nenhuma dúvida na mente da plateia. O gênero está cheio de confrontações entre o bem e o mal, a beleza e a feiura, a pureza e a sujeira, a ordem e o caos, a pobreza e a abundância, o passado idílico e o presente ameaçador ou entre a carência passada e a prosperidade presente. Em cada caso o contraste serve para forçar o espectador a uma adesão inevitável e inequívoca.

A propaganda é ajudada em seu objetivo final pela necessidade psicológica subjacente no homem de julgar valores morais em termos simples de branco ou preto. Essa necessidade aparece principalmente em relação a assuntos políticos que são muito complexos e atuais demais para as reservas psicológicas da maioria das pessoas, e que só podem ser resolvidos num nível muito simplificado, ritual. Geralmente é do interesse das autoridades preservar esse estado de coisas, e o mecanismo da propaganda utiliza isso para fornecer à plateia idéias simples, emocionalmente satisfatórias trabalhadas em termos concretos.

A política é então reduzida a um jogo mágico no qual sinais morais inequívocos são o substituto da ideologia e onde não há lugar para argumentos racionais em meio à manipulação emocional. A propaganda é particularmente fascinante por sua orquestração das emoções. Nenhum outro gênero cinematográfico usa uma faixa tão incrível de artilharia emocional ou joga com tanta desinibição com o registro emocional completo do espectador, do mais superficial ao mais profundo, do mais primitivo ao mais espiritual.

Claro que os filmes de modo algum atingem sempre consistentemente seus objetivos, mas quando conseguem isso e quando atingem uma plateia cujas emoções já estão sensibilizadas pelos objetivos do filme, estão aptos a oferecer um grau de êxtase emocional que nenhum outro gênero pode conseguir. Poderes mágicos são invocados junto com forças eróticas em níveis variáveis de sutileza. Sentimentos religiosos se fundem com entusiasmo patriótico.

O sentido de camaradagem é reforçado ao mesmo tempo que jorra a indignação. Todas as tensões são acirradas para se resolverem geralmente num clima orgástico que reúne o fervor de todas as fontes numa vibração em uníssono pela Causa.

Diz-se que Eisenstein, a quem nos referimos tanto nas páginas precedentes, acalentava a idéia de filmar "Das Kapital". Por algum motivo esse plano nunca se materializou - lamentavelmente, no mínimo por razões de curiosidade. Um filme de "Das Kapital" teria uma posição única na história emocionalmente carregada do cinema político.

Do culto da personalidade à apoteose

Apoteose, segundo o dicionário, significa "defloração", mas a palavra também é usada para formas de glorificação bem menos elevadas. A cerimônia apoteótica dos romanos incluía uma cena solene, uma espécie de ritual mágico em que se queimava uma imagem de cera do governante morto e se libertava para o voo uma águia que saía das chamas.

Em nosso tempo a apoteose ocorre principalmente nos veículos de comunicação de massa e se baseia em grande parte no mesmo princípio que na Roma antiga - para que a apoteose aconteça é preciso um sacrifício com uma imagem transitória. A imagem fotográfica do tema tem que ser retocada e aumentada, sua biografia reescrita, com alguns detalhes eliminados e outros enriquecidos com uma ênfase suplementar. A "construção" de um líder político ou de uma estrela *pop* é equivalente à comercialização de um produto, com a mesma necessidade de exaltar as virtudes e esconder os defeitos. O ídolo se torna um bem de consumo, e pode surgir um conflito entre o produto e a pessoa, uma esquizofrenia que pode ser destrutiva (como no caso de Marilyn Monroe). Agora é bem possível que possamos tolerar a verdade a respeito de nosso ídolo que aparenta ser um conglomerado perfeitamente normal de qualidades contraditórias. Mas se nossos heróis fos-



Cliff Robertson interpretando o tenente Kennedy no filme *PT 109* (1962).

sem representados simplesmente como são, poderiam parecer iguais a nós e não se tornariam objetos de adoração.

As firmas de relações públicas e os ministérios de propaganda que criam essas imagens fantasmáticas são geralmente sutis em suas técnicas de venda. Uma demonstração da naturalidade do ídolo, e mesmo de sua qualidade de ser comum, torna-se uma parte importante da apoteose; ele pode ser qualquer um, mas ao mesmo tempo é algo mais. O presidente se inclina para agrandar a cabeça de uma criança, e a câmera apanha o gesto. O campo de boxe tem um coração mole e ama a mãe - ou é o que

ções um líder político pode se tornar uma espécie de substituto do pai. Um Churchill ou um Stalin inspiram confiança por sua própria segurança, seu senso comum, sua solidez maciça, ou principalmente pelas projeções dessas qualidades para o público, sejam elas reais ou imaginárias.

Em períodos diferentes o cinema tem sido usado para construir um ídolo, uma liderança, ou para reforçar uma imagem aceita (e igualmente, embora isso esteja em outro capítulo, para estabelecer e confirmar imagens negativas ou caricaturas). Pertencem a esse culto da personalidade cinematográfica as biografias românticas de reis, generais, cientistas, poetas, pintores, compositores, atores, esportistas, estrelas cinematográficas e - ocasionalmente - políticos.

Num ensaio notável intitulado "O Mito de Stalin no Cinema Soviético" (1950), André Bazin toca rapidamente nesse tópico interessante. Ele acha que se aplicam a essa forma de hagiografia secular certas condições específicas. A apoteose, escreve, "só tem sucesso quando trata de pessoas já deificadas na mente do público". Têm que ser figuras de indiscutível grandeza, ídolos que ou tiveram sua grandeza confirmada pela morte ou encerraram a vida pública e só podem ser encarados quase que como uma lenda viva.

Claro que essas considerações podem ter uma base comercial: o cinema, afinal de contas, é geralmente um jogo de cartas marcadas. Mas há também problemas amplamente presentes que tornam uma duvidosa empreitada a apoteose para gente viva. Tem havido exceções, e o ensaio de Bazin discute a mais notável dessas, que diz respeito a Stalin.

A observação de Bazin parece correta: os realizadores não são muito favoráveis a representar pessoas vivas numa escala super-humana. É difícil explicar essa surpreendente modestia tendo em vista a falta de inibição com que o culto da personalidade é promovido no estilo de vida associado com a indústria cinematográfica. Deve ter algo a ver com o individualismo ocidental, com o ideal democrático de igualdade (contradição por nossa necessidade de deuses e ídolos) ou com o instinto de compaixão - no cinema, o grande fica grande demais. Não há necessidade de limites para sua

grandeza quando está morto e não mais em situação de competir.

O tabu também pode ser devido a um vago conflito com a idéia cristã de Deus. O boxeador Marcel Cerdan, que participou de dois filmes que o incensavam, não estava competindo com Deus, já que sua superioridade estava claramente circunscrita a um determinado campo. Por outro lado, devido à natureza incrivelemente taxativa do cinema, um Charles de Gaulle pode-se transformar em algo risível, seja um Pai Ubu ou um Monsieur Huot político. Pode também, entretanto, se elevar acima de qualquer debate, acima das coisas efêmeras. Mas isso não pode acontecer, pois seria um ato contrário ao eleitor individual, mesmo contra Deus. Seria essa forma de ficção impraticável quando a imagem ficcional pode ser comparada com a autêntica? Aprendemos a estudar criticamente as imagens. Vinte anos antes de Eisenstein, Lucien Nonguet fez um curto resumo do moinho no Encouraçado Potemkin. "Desde essa época", escreve André Bazin, "aprendemos a distinguir entre o documento e a reconstrução e aprendemos a preferir uma imagem autêntica, mesmo quando incompleta e imperfeita, a uma recriação, por mais perfeita que seja."

Também é possível conseguir uma apoteose arranjando imagens documentais em torno de um comentário. Mas uma vez, tais compilações tendem a ser retrospectivas. Poucos meses após o atentado de Dallas, foi feito um filme americano desse tipo sobre John F. Kennedy, *Years of Lightning - Days of Drums* (Anos de Relâmpagos e Dias de Tambores). É um álbum com fotos que se movem, rapsódico, sem nenhuma caracterização profunda ou qualquer tentativa de fundamentação. A banalidade é em si mesma característica e de acordo com a regra segundo a qual um homem não pode ser elevado acima dos outros sem a obliteração das nuances mais sutis em sua imagem. A face viva fica rígida e parece transformada em bronze. A história das apoteoses cinematográficas é uma galeria de estátuas.

Nas democracias ocidentais o cinema é relativamente contido em sua representação de personalidades públicas, principalmente em sua glorificação. Nem mesmo durante a Segunda Guerra Mundial estadistas e generais foram transformados nos símbolos unificados

nos diz o tablóide. Através desses retratos de informação ou pseudo-informação a pessoa logo chega ao nosso nível. Para que uma personalidade se transforme num ídolo, tem que se estabelecer um elemento de identificação com ela nas respostas emocionais de um amplo público.

A imagem do ídolo e o seu relacionamento com o público não pode simplesmente ser fabricado por especialistas altamente remunerados: em certas situações eles parecem conseguir isso sem nenhuma ajuda. Em épocas de crises políticas as pessoas sentem mais necessidade de serem tranquilizadas. Nessas condi-

sas, é evidente, simplesmente não eram fotografadas.

Nas democracias, o chefe de Estado não é representado como super-homem exceto nos filmes que tencionam ser monumentos. (Afinal de contas ele deve ser mais o herói de um partido político do que da nação inteira.) Por outro lado, ele não pode parecer humano demais. Talvez, ainda que os responsáveis por tais coisas nunca pareçam ter percebido isso, o público pode ter ligações ainda mais fortes com seu líder se a confiança nele permitir a divulgação tanto dos pontos fracos como dos fortes. É provável que os propagandistas estejam certos ao achar que o relacionamento seria prejudicial, a autoridade diminuída e abalada a dignidade do cargo.

John F. Kennedy, como Joseph Stalin, é uma notável exceção de líder político que se tornou um herói cinematográfico ainda durante a vida ativa.

Infelizmente *PT 109* (1962) de Leslie H. Martinson é um filme muito fraco sobre acontecimentos já passados há 20 anos; não é sobre o presidente Kennedy, mas sobre o tenente Kennedy e suas aventuras do tempo da guerra. O ator (Cliff Robertson) não parece muito entusiasmado e reservado, autoconfiante e modesto. E muito humilhado por um superior mais engole a raiva. Embora culpado de alguns pequenos erros de julgamento, ele tem a coragem para assumir a responsabilidade por eles. Não é excepcional como indivíduo, mas tem a personalidade que distingue um líder.

O filme demonstra como se fortaleceu seu caráter. Executa suas heróicas tarefas com o mesmo espírito de bem humorada timidez com que antes desempenhou suas funções de rotina como oficial. Seu barco torpedeiro é afundado e ele salva um membro da tripulação. Nadiando, Kennedy reboca o ferido por quatro milhas no Pacífico e leva-o até à praia. O homem vai como uma cruz em suas costas, é um modelo São Cristóvão levando-o através da água.

Fora essas referências vagamente hagiográficas, Martinson parece se ater estritamente aos fatos. Entretanto, em relação a um detalhe, há algo parecido com a descrição das atualidades sobre as atuações em público do presidente Roosevelt. Em *PT 109* não há alusão ao sério ferimento nas costas (na verdade um ferimento

Foi uma realização única, e nada semelhante foi sequer tentado novamente, pois, por mais estranho que possa parecer, o cinema nazista raramente se dedicou ao culto do líder, e quando o fez foi indiretamente ou de passagem.

O próprio Hitler raramente aparece nos filmes de longa-metragem alemães. Mesmo nos filmes ortodoxos do NSDAP produzidos nos anos que se seguiram à chegada ao poder, o Führer está apenas em alguma parte do pano de fundo. O sonho de Heini em *Hitlerjunge Quex* centraliza-se na bandeira, símbolo da camaradagem dos jovens, e suas últimas palavras são sobre isso e não sobre o Führer. Em *Hans Westmar*, a imagem de Hitler aparece aos olhos do jovem estudante no momento em que esse decide aderir à atividade política nas ruas, mas ele não morre com o nome de Hitler nos lábios: em vez disso sussurra "Deutschland". (Em seu enterro há uma coroa de flores com o nome de Adolf Hitler, e em *SA-Man Brand (O SA Brand)* o jovem moribundo diz enquanto morre: "Agora eu vou para o Führer"). No antipolonês *Heimkehr* (1941), alemães perseguidos escutam secreta e solenemente um discurso de Hitler, e quando finalmente voltam a seu país, "para casa no Reich", ele é o primeiro a dar-lhes boas vindas. Vê-se o posto da fronteira, um retrato do Führer num cartaz de beira de estrada, e o mesmo retrato em *close-up*. Esse final incomum ainda é uma expressão bem diluída de um culto à personalidade. *Wunschkonzert (L. Música de encomenda)*, um musical sobre amor e sacrifício, tem também Adolf Hitler num papel secundário. Uma coincidência feliz reúne os dois amantes na abertura das Olimpíadas de Berlim; é como se Hitler estivesse ali não só para officiar para as centenas de milhares no vasto estádio mas também especialmente para dois deles. Lênin e Stalin também receberam semelhante função solene em alguns filmes russos (por exemplo, *Paderiyev Berlina - A Queda de Berlim*). Em *Wunschkonzert*, entretanto, os amantes não existem em função do líder, ao contrário. De qualquer modo, Hitler não pertence realmente ao contexto: foi arrancado de um jornal da tela e editado na história.

Na União Soviética havia atores especializados na representação de Stalin e Lênin ainda é tratado de modo semelhante. Por sua vez, Hitler so foi desempenhado por atores em filmes antinazistas. Essa aparente política do cinema

antigo seriamente agravado) que Kennedy sofreu como resultado da aventura que é o clima do filme; que nunca deixou de perturbá-lo ao longo de sua carreira política. No final do filme, John F. Kennedy assume alegremente o comando de um novo barco torpedeiro. A bandeira das listras e estrelas flutua enquanto o sol brilha sobre as ondas.

Não se sabe se essa reticência é devida ao desejo expresso de alguém ou se é espontânea, um produto das convenções não escritas do gênero. (De qualquer modo, é difícil imaginar que *PT 109* possa ter sido feito sem a concordância da família Kennedy.) Parece que aqui importou menos o respeito pelo indivíduo que por seu ofício de presidente. Já que os cidadãos precisam ter confiança no presidente e comandante-em-chefe das Forças Armadas, têm que estar convencidos de que ele goza de toda saúde. (Mas Theodore Sorensen menciona em sua biografia que era mantido o maior segredo possível sobre a saúde de John F. Kennedy, mesmo durante seu período como senador. Suas visitas ao hospital eram eficientemente escondidas do público.)

O mesmo princípio está por trás da caracterização no filme. Levou-se em conta principalmente o fornecimento de lembranças dos feitos heróicos e a demonstração da determinação do homem, sua expertise, a frieza no calor da batalha e a capacidade para se manter firme no controle — em poucas palavras, sua capacidade de estadista. Ao mesmo tempo, o filme aparentemente se destina a responder às objeções que as pessoas comuns poderiam ter em relação a um homem vindo da classe alta e tão rico como Kennedy. *PT 109* mostra John F. Kennedy como um cara simples que não tem medo de se enfiar no trabalho. Durante um ataque japonês a uma base americana, ele ajuda a levar munição; é também visto transportando a própria bagagem. Tem idéia de justiça — um membro da tripulação de sua própria classe não recebe um tratamento especial: ao contrário, Kennedy dá a ele um encargo particularmente duro. Brilhante e responsável, despretensioso e autocrático, claro que merece a renovação do mandato presidencial em 1964. O destino, entretanto, dirigiu um filme bem diferente.

Triumph des Willens (O Triunfo da Vontade) era o filme de Adolf Hitler, expressando sua vontade e marcado com sua personalidade.

res que podiam ter se tornado no cinema e que numa certa medida já eram na realidade.

O nome do primeiro-ministro inglês foi usado por seu valor simbólico num documentário canadense, *Churchill's Island (t.l. A Ilha de Churchill)*, 1941), mas o filme não é sobre ele e sim sobre o esforço de guerra coletivo. Na Inglaterra a voz de Churchill expressava a confiança e o espírito de resistência do país, mas ele só aparecia nos filmes em rápidas passagens das atualidades. Nessa época um filme inglês sobre a guerra com Winston Churchill no papel principal seria imaginável, e isso não só devido à presença física de Churchill. Em compesação ele podia aparecer por aproximação. Em *The Young Mr Pitt (t.l. O jovem Pitt)*, 1942), e Carol Reed, há um paralelo gritante entre o passado Napoleão e o de Hitler.

Uma descrição semelhante funciona no cinema americano. Por trás do *Wilson* (1944) de Henry King também havia paralelos: Wilson foi o presidente que rompeu o isolacionismo, levou a nação à guerra e no final trouxe a paz ao mundo. As experiências de ambiciosos doutrinários da série *Why We Fight (t.l. Porque lutamos)* exploram os símbolos da democracia até a exaustão. Entre os heróis invocados estão três presidentes americanos, Washington, Jefferson e Lincoln: No primeiro episódio, onde estão mais claramente formulados os princípios básicos da série, o *New Deal* é representado como sendo valioso, algo de que se orgulhar, por que lutar, mas não há nenhuma ênfase especial sobre o presidente vivo que era o principal arquiteto da reforma social. Há ocasião para se estudar os rostos de Hirohito, Hitler e Mussolini, mas apenas uns breves relances de Churchill e Roosevelt.

Num primeiro estágio de sua presidência foram dedicados a Roosevelt dois filmes curtos, *Roosevelt, the Man of the Hour (t.l. Roosevelt, o homem do momento)* e *The Fighting President (t.l. O presidente combativo)*, ambos de 1933. Parecem ter sido reportagens comuns com *flashback*, cujos informativos, sem nenhuma glorificação real. Em jornais da tela posteriores, entretanto, há uma omissão significativa: é difícil que exista material mostrando como o parcialmente paralisado Franklin D. Roosevelt, uma vítima da poliomielite, era colocado na cadeira de locutor ou ajudado a sair da plataforma depois dos discursos. Tais coi-

nazista pode ser devido a que o respeito pelo Chanceler do Reich desaconselhava a utilização de atores ou porque o ministro da Propaganda não estivesse convencido de que isso funcionaria. Talvez Hitler ficasse ridiculo.

Em "A Propaganda e o filme de guerra nazista", apêndice ao livro de Siegfried Kracauer "De Caligari a Hitler", o autor comenta o caráter de Hitler no cinema alemão. Hitler "não é retratado como um indivíduo com desenvolvimento próprio mas como a corporificação de terríveis forças impessoais - ou melhor, como seu ponto de encontro; apesar de inúmeros primeiros planos reverentes, esses filmes planjeados para idolátrá-lo não podem adaptar o que mostram à existência humana".

A respeito desse assunto, como de muitos outros, talvez Kracauer seja dogmático demais. Realmente, em *O Triunfo da Vontade*, o Führer foi conscientemente transformado na personificação de uma idéia, um homem que veio à terra para salvar as pessoas (isto é, os alemães) e representa uma força sobre-humana. De um modo bastante perturbador, esse super-homem também surge como um ser humano, em alguns momentos que confundem.

Em *Fest der Völker (Festa das Nações, 1938)*, a primeira parte do filme de Leni Riefenstahl sobre as Olimpíadas de 1936, Hitler foi ainda mais humanizado para se tornar apenas um estadista e um espectador de um acontecimento esportivo. Faz o discurso inaugural e depois é visto numa descontraída conversa com seus auxiliares ou segundo tenso o desenrolar dos jogos com o mesmo envolvimento de um comum entusiasta de esportes; como muitos desses, é chovinista. Parece preocupado antes que o arremessador de peso Woelke faça seu esforço final na última rodada, mas quando Woelke faz o lançamento vencedor, ri com alívio. Durante os 10.000 metros, seu nervosismo indica um grau de excitação que impressiona bem, já que não constitui um grande acontecimento para os alemães, terminando com um triplo sucesso para a Finlândia.

Leni Riefenstahl escolheu as imagens para mostrar o ditador como uma boa alma. Essa ênfase pode ser atribuída ao mercado externo - era preciso enganar o mundo com a ideia de que a Alemanha queria a paz (enquanto a Alemanha bombardeava Madri), alternadamente se batia com ameaças cruas e se acalmava com garantias. Mas ao sol de Berlim, a ju-

ventude do mundo se reúne num saudável vel-fronto. Somente nas seqüências finais da segunda parte, *Fest der Schönheit (Festa da Beleza)*, o tom endurece; a escuridão se aproxima e o símbolo apaga o povo.

Nos documentários durante a guerra o líder popular Hitler se transformou no chefe das Forças Armadas e a distância ate ele cresce nas mesmas proporções. E assim continua a medida que ele se fecha em Berchtesgaden e depois no Bunker, tornando-se apenas uma voz cada vez mais barulhenta que chega pelos altofalantes. O poder, a força hipnótica dos congressos de Nuremberg, parece escorrer lentamente para fora dele; depois de um par de anos o demônio foi reduzido a um psicopata de sacso comprimido, mas então seu espírito demônio já se espalhara e dominara o ambiente.

Feldzug in Polen (A campanha da Polónia, 1939) é a história da primeira vitória militar tal como vista pelos fotógrafos da frente de batalha alemã sob a direção de Fritz Hippler. Aqui a relação com o Führer é reverente, o tom quase servil. Quando Adolf Hitler chega à frente de combate o comentarista explica, "Como veterano da última guerra, o Führer quer estar com seus soldados". (A ênfase não é sobre o que se vê mas sobre as palavras, que têm menos a ver com a grandeza do Führer do que com sua experiência militar.) Mas tarde demais, o ascético vegetariano, ostensivamente saboreando uma refeição da cozinha. Reforça-se muito o fato de que ele está na linha de frente - quando os soldados atingem um rio polonês, o Führer espera por eles como uma "surpresa" - mas essa tentativa de fazer Hitler desempenhar um papel heróico (enquanto sublinham sua simplicidade, sua presença como um soldado entre soldados) parece um tanto forçada. Além disso, a presença de ordenanças e de oficiais do comando prejudicam toda a imagem. Nessa companhia ele está protegido, quase protegido demais.

Sieg im Westen (Vitória a Oeste, 1940) é menos um filme de Hitler que da Wehrmacht. Aqui o Führer não é retratado como um soldado da linha de frente mas aparece de relance como uma fonte de inspiração um tanto distante. Faz um discurso antes da ofensiva contra a França e outro depois da vitória, mas a câmera dá as costas ao palanque para fotografar os soldados, o modelo geométrico das

unidades, e o olhar de indivíduos isolados sob seus capacetes de aço. Há nesse ponto um elemento místico, de concentração e isolamento, mas não se trata, como no *Triunfo da Vontade*, de uma comunhão extática entre as massas e seu líder.

Quando se dá o rompimento das linhas francesas, somos informados que foi revelado ao mundo o "esquema engenhoso" do Führer. Mas essa é uma homenagem isolada num filme que diz respeito principalmente à invencibilidade do soldado e da máquina de guerra alemães.

Com a exceção do *Triunfo da Vontade*, os mais eficientes filmes sobre o Führer são os que na verdade não o incluem mas aparentemente tratam dos grandes alemães do passado. Dava para se notar o paralelo nos filmes de Wolfgang Liebeneiner sobre o Chanceler de Ferro, *Bismarck (1940)* e *Die Entlassung (L. A Despedida, 1942)*, e é impossível deixar de perceber nos filmes em que Otto Gebühr fazia o papel de Frederico o Grande.

Antes que Hitler chegasse ao poder já havia sido feito um certo número de filmes populares sobre Frederico em que a Prússia (isto é, a Alemanha) aparecia ameaçada por inimigos tanto interna como externamente de modo que sua única esperança era a determinação do rei. O tema era um governante histórico, mas também podia ser o novo Chanceler do Reich em quem a nação agora depositava suas esperanças. Era uma história de degradação e vingança, do perigo da completa liberdade de pensamento e do dever da obediência, da insignificância do indivíduo e da inspiração superior do líder do povo. Frederico II é o grande homem solitário, o líder que tudo sacrifica e por isso está qualificado a exigir grandes sacrifícios.

Em *Der grosse König (L. O grande rei)* de Veit Harlan fica firmemente sublinhado o duplo significado do retrato. Rune Waldekranz escreve: "Através do rei guerreiro, Veit Harlan presta homenagem ao Führer, o homem do Destino, dirigente supremo, sozinho com suas responsabilidades em relação aos contemporâneos e à posteridade, com subline indiferença à felicidade individual ou à miséria, acima de quaisquer considerações mesquinhas ou críticas egoístas."

Nesse filme certas frases soam como citações dos discursos de Hitler, e em duas ocasiões, o

rei irrompe num destampatório quase hitleriano. Ele discute com o comandante em-chefe o problema de uma companhia que girou nos calcanhares sob pressão do inimigo. O general adianta várias hipóteses sobre como a batalha poderia ter se desenvolvido se o regimento tivesse resistido firmemente, mas é interrompido pelo rei impaciente. Se eles não tivessem desertado, esse explodiu, "teriam constituído para mim uma muralha de cadáveres, uma muralha de cadáveres prussianos".

Outras frases parecem destinadas a desarmar os críticos alemães de Hitler, afastar quaisquer objeções, fossem sussurradas ou sequer pensadas. O príncipe Heinrich, irmão do rei, reprova Frederico o Grande por ter virado a Europa inteira contra eles. (Essa era uma crítica que o povo alemão podia muito bem estar fazendo a Hitler nessa época.) Eventualmente, entretanto, o rei se mostra capaz de vencer todos os inimigos. Sua vontade não pode ser quebrada, e a história está do lado dele.

De *Der grosse König (1942)* até *Kolberg* (que estreou em 30 de janeiro de 1945), a propaganda nazista, no cinema ou em outros meios de comunicação, insistiu sem descanso que a vitória final estava assegurada, por maiores que pudessem ser as dificuldades do momento. Chegou a se externar a sugestão de que era iminente. Como no estilo de pregação protestante, o paradoxo se tornou um importante recurso, um método de influenciar a platéia. As provas e tribulações são temporárias; por si mesmas atestam a vitória que virá.

Em sua autobiografia, *"Im Schatten meiner Filme"* ("A sombra de meus filmes"), Veit Harlan confirma que *Der Grosse König* foi pensado como uma espécie de alegoria sobre a grandza e a solidão de Adolf Hitler. A imprensa alemã foi discretamente informada que as resenhas deveriam enfatizar a ligação entre o rei prussiano e o Führer. Se isso é verdade - e as memórias de Harlan são às vezes erráticas - o ministro da Propaganda posteriormente mudou de idéia. Em março de 1943, um ano depois que o filme foi exibido, uma diretiva à imprensa continuava recomendando-o calorosamente, mas também decretava que:

"Devem a todo custo ser evitadas comparações entre Frederico o Grande e o Führer, bem como qualquer analogia com o presente, especialmente quanto ao tom pessimista que, no



Alexander Knox no papel do presidente no filme *Wilson*, produção americana de 1944.

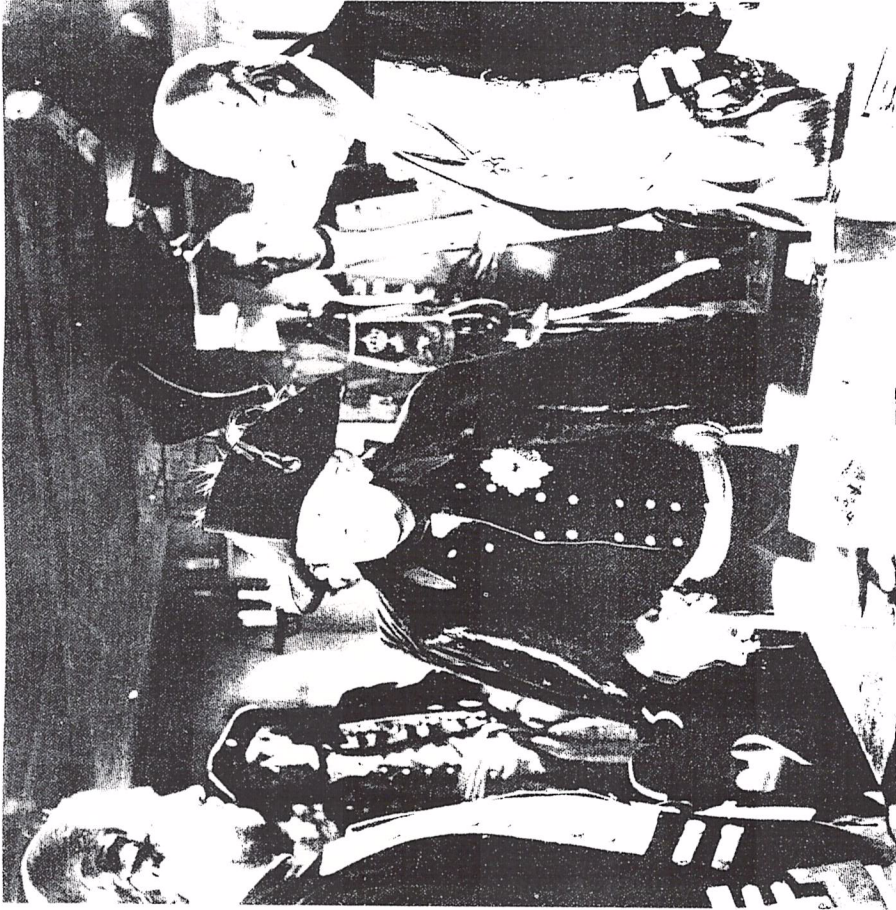
começo do filme, muitas vezes marca o diálogo, que, sob quaisquer circunstâncias, não pode ser representado como um paralelo à atitude do novo alemão durante a atual guerra."

Essa nova linha de pensamento pode ser explicada de vários modos, mas é possível que os propagandistas do Führer tenham se dado conta que o efeito psicológico da comparação poderia ser enfraquecido se o povo tivesse consciência que estava sendo pressionado nessa direção

Entre muitas pessoas que atualmente trabalham na literatura, no teatro e no cinema, há uma crescente sensação de ceticismo a respeito da ficção. Do descrédito frente ao narrador

omnisciente do romance tradicional passou-se a uma descrença na própria história. Pode ser que a ficção não seja condenada como irrepresentável ou imoral, mas existe um sentimento de que a ficção fica dando voltas quando é possível ir direto ao ponto. Essa linha de argumentação necessariamente deveria significar que é preferível um relato documentário do que um ficcional.

Yuri Hanyutin, crítico de cinema russo e co-argumentista de *Obyknovenni Fashismi* (*O fascismo comum*) de Romm, encara essas tendências correntes na arte como uma reação fundamental contra a falsificação da realidade pelos movimentos totalitários dos anos trinta e qua-



O grande rei. Otto Gebühr interpretando Frederico, o Grande.

renta. "O fascismo abalou nossa crença em sermos", diz ele: criou um tardio ceticismo contra palavras entusiasmantes e formulações abrangentes. Uma nova atitude factual, alcançada por um novo interesse nas técnicas do documentário está, sob esse aspecto, ganhando terreno na União Soviética, e nem só no cinema.

Um observador de fora pode também sentir que tal tendência seria além disso uma reação contra distorções e simplificações domésticas, como os painéis cinematográficos que Josef Stalin, segundo Kruschev, encarava como uma

imagem verdadeira da vida soviética. (Durante o 20º Congresso se revelou que Stalin aparentemente não pusera os pés numa aldeia russa desde janeiro de 1928.) Pode-se pensar também nos retratos em escala sobre-humana de Lênin e Stalin que durante anos foram oferecidos aos cidadãos da União Soviética no cinema.

Bazin viu uma motivação ideológica na re-tratação de grandes figuras vivas nos países socialistas, no crescimento e proliferação dos retratos dos grandes homens. No conceito materialista de história, o homem é um "fato", e não há nenhuma razão por que a significação histórica de Stalin não possa ser expressa em

imagens fotográficas. Atualmente parece muito mais pertinente procurar uma explicação psicológica para os retratos carregados nas paredes de Primeiro de Maio ou entalhando prédios públicos. Esses "Trinados mais velhos" fazem parte de um sistema de persuasão política. Simples instrumentos de propagação. Quando o socialismo se torna menos autoritário, como na Tchecoslováquia na primavera de 1968, desaparecem, pois são utilizados para enfatizar a presença da autoridade. São uma espécie de superegos: ícones socialistas, vigiando, fiscalizando, paternalmente severos ou – algumas vezes – paternalmente benevolentes.

Essas são as fotos. Quando a imagem começa a se movimentar dá-se uma transformação, ela começa a emanar uma espécie de humanidade. Seja em imagens de documentário ou de ficção, a autoridade Lênin se torna também o homem Lênin. Sob esse aspecto Stalin parece um tanto diferente. Em sucessivos filmes ele parece uma estátua em movimento, e funciona perfeitamente como um exemplar moral sem nenhuma característica humana contraditória.

A figura de Lênin que conhecemos das filmagens de ficção apareceu durante e depois da era de Stalin. Não parece que o próprio Lênin tenha desejado qualquer glorificação para si ou sua obra. Segundo Édouard Tissé, Lênin não quis ser fotografado no 1º de maio de 1919 na Praça Vermelha, em vez disso pediu a ele para filmar os soldados que estavam a caminho da frente de batalha. Aparentemente não foi fotografado em nenhum longa-metragem durante sua vida. A apoteose veio depois.

Os primeiros filmes sobre Lenin foram dois curtos feitos em sua memória por Dziga Vertov em 1925. Um deles, *Leninskaya kinopravda* foi o esboço para a obra-prima de Vertov em 1934, *Tri Pesni o Lenine (Três cantos de Lênin)*. A parte intermediária desse filme, que trata de morte de Lênin e do seu legado de realizações, é altamente emocional mas de um modo totalmente controlado. Vertov não procura levantar um monumento a Lênin e sua obra. Observa o vazio repentino e traça novas trajetórias para a Ásia Central, a libertação feminina e seus cantos sobre Lênin, durante o funeral em Moscou. Vertov invoca o povo, e procura rostos individuais na multidão e a experiência que revelam. Invoca a natureza e a realidade feita pelo homem, a nova sociedade. As duas partes separadas fundem-se num la-

mento, com o próprio Lênin como o cenário de tranquilidade em meio às pulsações de gratidão e profunda dor.

Entre os primeiros filmes de ficção em que ele aparece estão *Moskva v oktyabre* (L. Moskou em outubro, 1927) de Boris Barnet e *Oktyabr (Outubro, 1928)* de Eisenstein (com o famoso discurso na frente da Estação Finlandia). Ambos os filmes foram encomendados para o décimo aniversário da Revolução de Outubro, e nos dois Lênin é desempenhado por Nikandróv, um operário dos Urais. Diz-se que Maikovski não gostou da representação que se passava apenas na semelhança física e nuns poucos gestos bem ensaiados. Além disso o ator nem mesmo parecia muito com Lênin e sim "com uma estátua dele".

Vários filmes sobre Lênin e Stalin foram feitos no fim da década de trinta. Em *Pokolennyje Poldititeli* (L. Gerardo de Conquistadores, 1936), de Vera Stroyeva, o jovem Lênin é representado por um excelente ator característico, Boris Shyukin. *Chelovek s ruzhicom* (L. O homem com uma arma, 1938) de Sergei Yutkevitch apresentava Maxim Straukh, outro artista excelente, como Lênin. Em *Vyborgskaya Storona (O lado de Viborg, 1939)*, última parte da trilogia de Kozintsev e Trauberg Maxim Straukh aparece novamente como Lênin, enquanto a parte de Stalin fica com Mikhail Gelovani, que iria desempenhá-la em mais de vinte filmes.

Lenin v Oktyabre (Lênin em Outubro, 1937) e *Lenin v 1918 (Lênin em 1918, 1939)* de Mikhail Romm estão marcados pelas sombras do terror político que então dominava a sociedade russa: tribunais, deportações, execuções. O clima de *Lenin em 1918* é uma sabotagem planejada pelos Socialistas-Revolucionários, e um elemento central no filme é a discussão sobre o tratamento a ser dado aos inimigos do Estado. Isso é feito em forma de uma conversa entre Lênin e Gorky que começa no conselho dos comissários do povo e é retomada na ocasião em que Lênin está acamado. Eles discutem os objetivos e meios da revolução. Maxim Gorky representa um certo tipo de humanismo. "A força é necessária, mas...", diz ele, insistindo no "mas". A atitude de Lênin é pragmática: sua preocupação é com o que beneficia o Estado, e pede ao amigo para se desembaraçar de seus escrúpulos. Depois da tentativa de assassinato ele pode mostrar a necessidade de manter

um controle dos suspeitos e de tratar com severidade os inimigos do Partido. O humanismo silencia, e quando chegam as notícias da vitória em Tzaritsin (que mais tarde se chamaria Stalingrado e depois Volgograd), Lênin se recupera rapidamente.

Os dois filmes de Romm parecem principalmente divertidos, mas sua representação de Lênin é impressionante. Shyukin estudou seu papel com sinceridade e aplicação escolar. Em sua interpretação, Lênin não vive só através de suas ações; mesmo em repouso não parece insensível. É um político e um estadista, mas é principalmente um ser humano. Pode ser uma figura monumental, mas esse retrato não o transforma num monumento. No primeiro dos dois filmes, Lênin tem momentos de cansaço, vivendo, como era o caso, sob grande tensão, e seu nervosismo se expressa em tiques faciais, gestulação rápida, deslocamentos ansiosos para trás e para a frente. No segundo desses filmes, ele é humano do mesmo jeito embora muito mais descontraído, com um indelével brilho no olhar, mais parecendo um mestre liberal do que um dirigente onipotente. Mas talvez Lênin fosse exatamente assim.

Lenin em 1918 foi o último grande desempenho de Shyukin. Maxim Straukh continuou sua colaboração com Yutkevitch em *Jakov Sverdlov* (1940), *Raskazi o Lenine* (L. Histórias sobre Lênin, 1958) e *Lenin v Polysie (Lênin na Polónia, 1964)*. Com outro ator no papel de Lênin, Yutkevitch fez *Svernad Rossiei* (L. Luz sobre a Rússia, 1947), que foi proibido por algum motivo desconhecido.

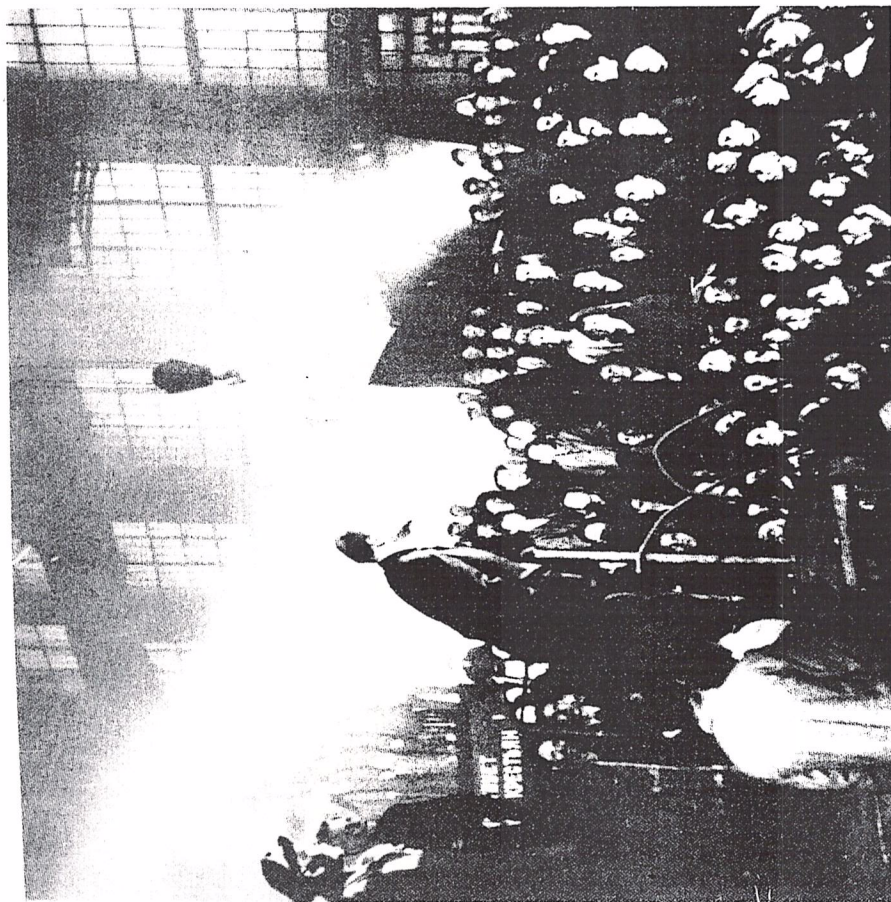
Em *Histórias sobre Lênin* há uma sensação de distanciamento e nostalgia. Maxim Straukh está mais velho e menos ágil: a revolução virou história e depois mito. A ambientação ficara mais importante, e a atmosfera era uma estranha mistura de hagiografia e intimidade burguesa.

Na primeira história, ambientada na Petrogrado de 1917, Vladimir Ilich está sentado à mesa do café. A toalha da mesa e as paredes são impecavelmente brancas; há uma sensação de profunda calma, e quatro raios de luz do sol atravessam a sala. As paredes brancas reaparecem na segunda história, que se passa na cidade de Gorky onde Lênin está em convalescença nos anos de 1922-23. A ambientação idílica tem tons elegíacos, expressos nas folhas que caem. Em seu leito de doente, Lênin recebe o

aviso de que nem tudo vai bem em Moscou: ele decide partir para lá. Num fábrica, Trotsky se dirige aos operários. É representado como um demagogo em declínio: quando é interrompido pela platéia, grita desesperado: "Se Lênin estivesse aqui, ele ficaria do meu lado." *Lenin et al!*: diz não, e a medida que sobe ao palanque, um halo de luz atravessa o galpão de um modo que, na arte religiosa, significava a presença dos santos.

Em *Lenin na Polónia*, um filme em preto e branco, Yutkevitch suavizou seu tema de um modo interessante. Mas uma vez Lênin é interpretado por Straukh, mas agora há uma ausência total de diálogos no papel. Em compen-sação, Lênin-Straukh mantém um diálogo interior, comentando livremente os acontecimentos mundiais (é a época do irrompimento da Primeira Guerra Mundial) e as ocorrências do dia-a-dia no filme. O tom é leve, e Lênin é apresentado como um homem bem humorado com o dom da empatia; é um bom ouvinte, observador e pensador que chega a se conder, e mesmo a ter raiva das loucuras da humanidade, mas que mantém sempre o autocontrole e está constantemente pronto para novas tentativas de melhorar o mundo. Esse retrato extremamente simpático evita totalmente os gestos vazios. Um antigo revolucionário internacionalista com quem discuti essa imagem de Lênin achou-a insuportavelmente pequena-burguesa.

As histórias sobre Lênin proliferam. A concepção global mudou, desde *Outubro*, e é possível que mesmo pequenas alterações da imagem tivessem sua própria significação política. Pode-se imaginar que a galeria de retratos de Lênin nos filmes russos refliam os desenvolvimentos na União Soviética de 1928 até hoje. Em muitos filmes Lênin e Stalin aparecem juntos. Aqui Lênin parece preencher uma função de confirmação. Sempre que Stalin faz uma sugestão importante ou ataca algum problema, Lênin balança a cabeça, aprovando. Dá assim sua concordância póstuma a obra de Stalin, rebatendo os rumores da desconfinça levantada no testamento. Nesses filmes Lênin existe para o bem de Stalin. Posteriormente Lênin vale por si. Mas de um certo modo se transformou apenas numa lembrança idealizada. Parece ter a mesma idade que os acontecimentos se dão em 1905 (como no *Prólogo*,



Íconografia de Lênin. Maxim Sushukh no filme de Sergei Yutkevitch, *Histórias sobre Lênin*. 1956, de Dzigan) ou em 1923 (como nas *Histórias sobre Lênin*).

Mais tarde parece ser injetada nova vida à figura de Lênin, que no processo pode ter diminuído um pouco – quer dizer, ter se humanizado. Em *Na odnoy planete* (t.i. *No mesmo planeta*, 1965) de Ilya Olshwanger quem faz o papel de Lênin é o famoso Innokenty Smoktunovskiy, um jovem que o representa como velho, ligeiramente encurvado e bastante cansado. (No filme Lênin diz como se sente cansado.) Do mesmo modo que em *Lênin em 1918*, há uma discussão sobre a justificação de violência. Lênin e Stalin conversam depois da tentativa de assassinato e Stalin advoga uma vingança implacável. Sugere que é uma exigência da História.

170



Lênin, sua mulher, Krupskaya e Trotsky

tante. Essa rápida referência à escuridão da era de Stalin seguramente não é acidental. Pode também conter uma alusão a uma seqüência de *Outubro*, em que Eisenstein faz uma tomada de um corredor branco. A tela escurece por um momento, como no filme de Olshwanger, mas é Kerensky quem então se afasta da câmera com as mãos nas costas à moda de Napoleão.

Os filmes feitos sobre Lênin nos anos sessenta mostram uma evolução para um maior realismo. A imagem foi enriquecida com alguns traços pessoais, e aprofundada. Além dos grandes desempenhos há também a mensagem de que Lênin era um ser humano e um exemplo

através de sua humanidade. Na medida em que está acima de discussões na União Soviética, pode agora ser representado, sem perda de autoridade, como cansado ou excêntrico ou distraído. Pode apreciar um bom vinho ou, como em *Lênin na Polônia*, visitar uma igreja de aldeia porque uma menina bonita lhe pediu. Sua importância não precisa ser enfatizada; na verdade, enquanto se torna mais "comum" vai ficando mais óbvia que nunca.

Ao mesmo tempo, há uma tendência nos últimos filmes soviéticos de abandonar a imagem de Lênin por um tratamento mais geral, com Lênin como uma presença invisível. Ele é associado com a natureza, com as forças elementa-

171

res. Em *Vo glave gosudarstva* (t.l. *Chefe do Estado dos Soviéticos*, 1967) há uma descrição do golpe dos Socialistas Revolucionários – “Eles atiraram em Lênin” – seguida por céus que escurecem, uma luz repentina como um relâmpago e a fatalidade das ondas quebrando na praia. *Znamia nad Mirei* (t.l. *Bandeira flutuando pelo mundo*, 1969), outro documentário, só vai até 1922 quando Lênin adoeceu gravemente. Termina no cenário de um parque, como em *Histórias sobre Lênin*, com folhas caindo suavemente, uma floresta russa e bétulas, toscamente iluminada por ratos de luz que a atravessavam. Lênin pode ter se humanizado novamente, mas não nos deixam esquecer que continua imortal.

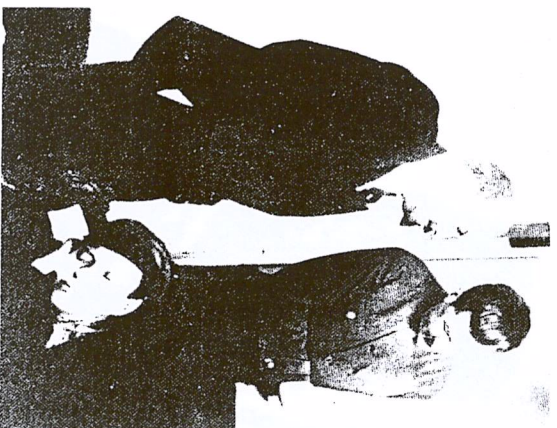
Em *Nezabyvayemyi 1919 God* (t.l. *Inesquecível ano de 1919*), feito por Mikhail Chauréli em 1952, Lênin e Stalin conferenciam e Lênin explica a situação. Tudo parece depender de Stalin que é autorizado a ir para Petrogrado para reprimir a baderna. Quando se despede, Lênin lê solenemente todos os títulos a que seu emissário faz jus.

Stalin, com o cabelo ondulado imaculadamente gomalinado, fica em pé nos degraus de um trem blindado. Vem gente a ele para contar que uma ponte foi destruída. Stalin responde reconfortando: “Então marcharemos à pé”. Em Petrogrado os contra-revolucionários fazem comícios. Um conspirador inglês, enviado de Churchill, diz: “Stalin está aqui. Isso dificulta as coisas”. Stalin está imóvel perto do rio Neva, sozinho na noite de verão. (Seus pensamentos são acompanhados por uma cascata de música de piano e orquestra.) Comandante com casaco de couro e binóculos, ele é a encarnação da força e da segurança. Raia o dia e os navios de guerra ingleses se aproximam de Kronstadt. Stalin tira o casaco e começa a dar ordens à marinha. Os ingleses fogem e Stalin põe novamente o casaco. Sentando-se para uma refeição com os soldados, confessa estar “faminto como um lobo” e todos riem com a brincadeira. No final Stalin é calorosamente cumprimentado por grupos de pessoas cuidadosamente arrumados. (A impressão é de um *grand finale*, com uma coreografia que lembra antigas produções das óperas.) Stalin discursa entre lustrosos canhões e bandeiras vermelhas. Os canhões se movimentam, miram e atiram. Esse filme abstrudo ganhou com o tempo um certo valor de diversão. Dirigindo-se ao 20º

Congresso do Partido em fevereiro de 1956, Krushev comentou *O inesquecível ano de 1919*, do qual se diz que Stalin gostava de assistir. Esse não é o único representante do curioso gênero. Em *Stalingradskaya Bira* (*A batalha de Stalingrado*, 1949-50) de Vladimir Petrov e em dois outros filmes de Chiarelli, *Kiyava* (t.l. *A promessa*, 1946) e *Padanyiye Berlina* (*A queda de Berlim*, 1949) Stalin também aparece no papel de super-homem. Toma decisões militares vitais depois de uma olhada no mapa e duas chupadas no cachimbo. É omnisciente e infalível; como observou Bazin, há uma insuperável distância entre seu gabinete frio e organizado e a caótica realidade sob seu comando: Stalingrado, Moscou, Berlim.

Ocasionalmente o Generalíssimo Stalin desce ao nível do comum dos mortais, como um benevolente deus da antiguidade tocado pelo desamparo do homem e que num momento en-direita tudo. É um atávico Jeová que se move lentamente para não esmagar suas criaturas.

Há uma cena tocante em *A Promessa*, no avorcer, numa certa época dos primeiros dias da União Soviética. A Praça Vermelha está quase vazia quando a ela chega um símbolo revolucionário que bufa, engasga e depois morre: é o primeiro trator jamais manufaturado na União Soviética. Seu operador fica desolado; examina a máquina e se aconselha com vários passantes, mas o troço simplesmente não funciona. Justamente nesse ponto Stalin vem passando com alguns dos colegas do Soviete Supremo. Realmente interessado, pergunta o que está acontecendo. Bukharin maliciosamente sugere que talvez fosse melhor importar tratores dos Estados Unidos, mas Stalin curva-se para escutar o motor. “E a vela”, diagnostica. Sobre a Praça. *Cloak-up* do grande Stalin: “Ele pensa, enxerga no futuro: dupla exposição de milhares de tratores numa fábrica, mais tratores, tratores, arando os campos, puxando uma longa fila de discos de arados...”. As palavras são de André Bazin e esses comentários se baseiam em seu relato sobre *A Promessa*. Um dos resultados do ataque de Krushev ao stalinismo foi que desde então muitos filmes sobre Stalin foram revisados ou suprimidos. Outra consequência é que os líderes políticos na União Soviética não aparecem mais em filmes a não ser



Stalin e Lênin em *O lado de Viborg*.

em jornais da tela, e assim mesmo com muita contenção.

O culto da personalidade começa com Lênin embalsamado e exposto ao público no mausoléu da Praça Vermelha. Segue-se um período de reagrupamento, intrigas e lutas pelo poder. Por volta de 1929 Stalin elimina todos os rivais, e a 21 de dezembro deste ano, seu quinquagésimo aniversário foi celebrado como feriado nacional. “Suas virtudes eram louvadas, de forma imoderada e crua, por todos os secretários do partido do país”, escreve Isaac Deutscher em sua biografia. “As paredes em Moscou eram cobertas com seus retratos gigantescos.” Além disso, velhos companheiros foram liquidados como rivais reais ou imaginários, seguidos por quase todo o Partido e o estado maior. Na medida em que era desencantado o terror com fúria crescente, crescia a imagem de Stalin nos cartazes e no cinema. Mas a guerra contra a Alemanha era real – talvez dura e apavorante, mas ainda assim a guerra teve uma significação positiva que deve ter estado ausente durante os anos do expurgo. A luta contra o fascismo exigia a unidade nacional, e o dogma foi alafastado para dar lugar a tarelais mais concretas. O culto à personalidade

não prosseguiu com o mesmo rigor – por exemplo, em *Sekretar Raikoni* (*O secretário do comitê do distrito*, 1942) de Ivan Pyryev, o herói guerrilheiro só cumprimenta rapidamente o retrato de Stalin antes de ir para a batalha. Stalin ainda não se tornara o herói da guerra. Os excessos de glorificação grotescos só vieram um ano ou dois depois do final dessa, quando a sociedade e a arte ficaram novamente paralisadas e quando o terror pessoal de Stalin dominou completamente sua mente. No cinema foi se tornando cada vez menos real, embora mantendo sua imagem lendária, com o cachimbo, o sorriso e a benevolência ligeiramente remota, seu ar de velho fazendeiro inspecionando sua fazenda.

Não é devido só ao terror que tal personalidade pudesse ser simultaneamente retratado e acerto com tão mortificadora seriedade, mas também à extrema economia da imagem. Nos filmes de Petrov e Chiarelli, Stalin está tão simplificado – suas características são tão poucas e homogêneas, reduzidas a um paternalismo superior – que ele se torna obviamente excepcional. Jamais ocorreria a alguém comparar-se com o homem com o uniforme branco de marrechal, ou compará-lo com qualquer outra pessoa viva. Consequentemente Stalin não podia se tornar ridículo (embora as situações pudessem perfeitamente). Não havia conflito com a realidade, porque a realidade não estava envolvida, só a lenda. O argumento de Bazin é que Josef Stalin está acima de qualquer análise psicológica, como as estrelas nas biografias cinematográficas originárias de Hollywood e da Europa Ocidental. Como Deus, ele só pode ser acerto ou rejeitado. Entretanto, o retrato de Stalin pode obviamente ser analisado politicamente, com suas funções examinadas. Mesmo que não tivéssemos consciência de que havia reinado na Rússia de Stalin um estado de terror, uma análise cuidadosa dos filmes o revela.

A Promessa tem uma cena que mostra eloquentemente a natureza pseudo-religiosa do culto de Stalin. Lênin acabara de morrer e Stalin sai em campo para interceder por si no lugar onde os dois haviam várias vezes conversado juntos. Nesse recanto feliz, o banco do parque em que Lênin costumava sentar, o defunto volta e sussurra a Stalin. Mas a visitação mística não é suficiente: Stalin levanta o olhar para os céus, e (escreve Bazin), “através dos galhos

co constante de raios luminosos, impulsos revolucionários que representam a força e o nascimento. Uma bandeira, enfeitada com uma rejuvenescida foto de Mao, flutua sobre a cena.

Depois disso a ação no cenário alterna entre a escuridão e a luz. Há representações da Longa Marcha e da guerra entre o Japão e Chiang Kai-Chek, "a luta decisiva entre a escuridão e a luz". A luz traz o dia, e a cena fica carregada de bandeiras vermelhas. De repente estamos na grande praça de Pequim, onde o povo veio para saudar seu herói. Várias nacionalidades estão representadas, com o retrato de Mao flutuando como pano de fundo. Nesse espetáculo, Mao está presente embora invisível. Está em algum lugar na frente das meninas do Tibet que dominam a cena entoando cânticos à glória dele. Mao Tse-tung não pode ser representado por nenhum ator; não pode ser retratado por ninguém, a não ser por ele mesmo.

O Presidente Mao é o Sol Vermelho em Nossas Corações é um filme colorido sobre a revolução cultural com o Presidente Mao em carne e osso. É um documentário de longa metragem datado de 1º de outubro de 1966, quando a população de Pequim celebrava o 17º aniversário do nascimento da República Popular.

Começa com o sol, como *O Oriente é Vermelho*, um sol branco subindo vagarosamente num céu vermelho. Depois vem Mao Tse-tung, a face é um sol vermelho, levantando a mão para saudar os que passam marchando. Enquanto Lin Piao solta o discurso principal numa voz monótona, vemos os ídolos mortos: Marx, Engels, Lênin, Stalin. O orador termina com saudações a Mao: deseje-lhe uma longa vida. O povo aplaude. Uma estátua branca de Mao é levada em procissão.

O ponto alto do filme é quando os jovens aparecem para prestar homenagem – escolares de todas as idades, incluindo meninas enxugando as lágrimas dos olhos, ou saltando para cima e para baixo com um olhar estranhamente vazio. O entusiasmo vira êxtase, e por um momento parece que a situação está ficando fora de controle.

Durante esse tempo todo o Presidente Mao ficou muito tranqüilo, calmamente acenando, premiando o povo com leves sorrisos. Agora ele se levanta e caminha por entre eles; a excitação cresce mais ainda. "Nosso sol vermelho está em nosso meio", diz o comentarista. "O

maior professor da raça humana está aqui." O Presidente Mao caminha vagarosamente, como um deus, até seu imenso automóvel negro. Parece haver uma relação secreta entre a majestade de Mao Tse-tung e seu jeito de andar – o deslocamento medido, a economia do gesto, a incrível calma do rosto, esteja ou não sorrindo. É impossível visualizar Mao (ou Stalin, sob esse aspecto) numa correria ou acenando com ambas as mãos. Suas maneiras são definitivas, acima de quaisquer impulsos terrestres.

Ao anoitecer há novos gritos pelo Presidente Mao, e novamente ele caminha por entre o povo. O céu está cheio dos jogos florais de milhares de fogos explodindo. Mao Tse-tung se senta num terraço, o povo se juntando em volta dele. Senta-se no assoalho, fumando, enquanto o céu sobre Pequim vai ficando vermelho. É uma apoteose completa, tanto na terra como no céu. Vimos Deus: Ele está sentado no chão pitando um charutinho.

A primeira pessoa do plural

N a época da moderna publicidade talvez surpreenda ver como o cinema de propaganda, que normalmente não se destaca pela falta de cinismo, evita quase totalmente qualquer apelo ao egoísmo individual instintivo. Quase sem exceção, ele se dirige a uma forma de egoísmo mais ampla: o de um grupo, coletividade, classe, nação ou povo. Onde a publicidade se dirige *ao meu*, a propaganda explora o *nosso*. O sentimento de "nós" é um objetivo por que lutar e uma arma a ser usada. Há uma tendência curiosa, mas muito útil no contexto, de estabelecer limites exteriores à noção de comunidade, estabelecer fronteiras contra os *outros*, e sugerir que além dessas fronteiras espertam perigos e inimigos que ameçam *nostra* comunidade – enquanto dentro das mesmas são reforçados os sentimentos de união.

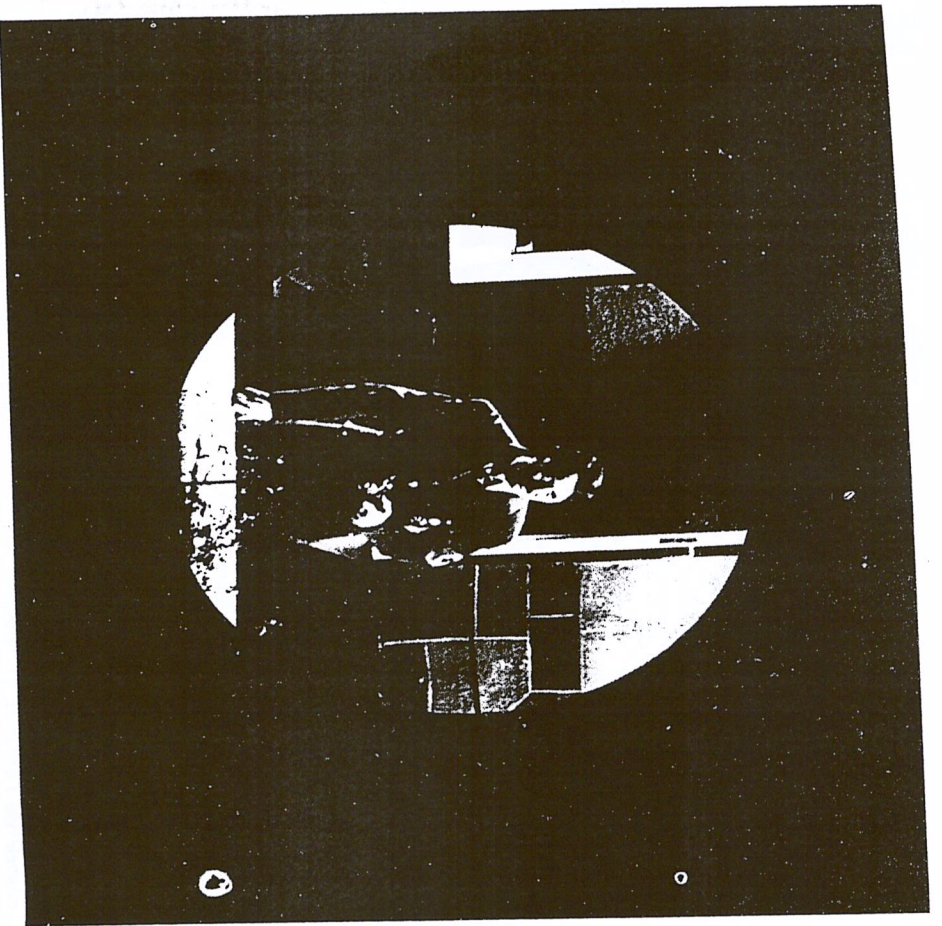
A forma mais exaltada de companheirismo é a do povo – a união metafísica de tudo que é bom – de todos "nós". O povo, e principalmente "o povo comum", é atengado, elogiado



Stálin em frente ao Kremlin em *A promessa*.

dos pinheiros desce um raio de sol, tocando a face do novo Moisés". Depois desse batismo espiritual, Stalin-Gelovani pode voltar a seu povo claramente marcado como superior a todos os outros, não só por "sua clarividência e seu gênio, mas também por estar possuído pelo Deus da História".

Mao Tse-tung também está envolvido no culto à personalidade e tem suas apoteoses na tela. Em *O Oriente é Vermelho* (1965), filme de um estágio maoísta musical com um elenco de três mil, ele é celebrado como salvador mesmo no número de abertura e identificado com o



(*cacada humana*, filme de Fritz Lang (1941).

e convocado como se fosse alguma autoridade divina. Grande parte da propaganda de guerra consiste em autoglorificação, em que todo o interesse é centralizado na resistência e nas vitórias simples do povo.

Os exemplos mais brilhantes dessa forma de propaganda autocentralizada se encontra em alguns filmes ingleses da Segunda Guerra Mundial, especialmente nos documentários de Humphrey Jennings e, entre outros, no filme de ficção de Lauder e Gilliat *Millions Like Us* (*Milhões como Nós*, 1943). É uma arte tenden-

ças foram representados por relances de figuras uniformizadas e sons ensurdecedores de carros com alto-falantes. Era um filme sobre nós, o povo.

Com o mesmo propósito de explorar e aprofundar uma solidariedade em torno do "nós", outro tipo de cinema de propaganda transformou numa qualidade os próprios métodos eludidos pelos ingleses. "Os outros" recebem um bocadinho de atenção mas são representados de modo diferente - os que não pertencem à irmandade do povo são também esteticamente colocados fora dele. O método é usado, por exemplo, no cinema revolucionário russo.

Quando o inimigo do povo aparece, a caracterização naturalista abruptamente vira caricatura crua, com o curioso resultado de fazer com que o inimigo pareça menos perigoso. Algumas vezes é possível assistir a uma celebração ritual da vitória com o inimigo representado por figuras mascaradas humilhadas para a edificação do povo. A antologia não é só emocional, porque os filmes revolucionários eram parcialmente originários de curiosos espetáculos de massa encenados em Petrogrado no começo dos anos trinta para celebrar e reviver a Revolução de Outubro. Esses eram autossuficientes nos quais as massas representavam a si mesmas no papel principal e os atores usavam máscaras.

Os cinemas russo e inglês atacam o problema por caminhos diametralmente opostos, mas ambos condicionados pela necessidade básica de uma perspectiva do "nós" na propaganda.

No cinema de propaganda o objetivo quase sempre é estar do lado da platéia, adotar o mesmo ponto de vista. Geralmente, e por razões óbvias, a propaganda automaticamente toma a atitude da platéia face a conflitos políticos fundamentais, mas freqüentemente também utiliza vários truques para reforçar o consenso geral.

Na Inglaterra durante a Guerra Fria, Roy Boulting fez um filme anticomunista, chamado *High Treason* (*Alta Traição*, 1951). Um sólido inspetor de polícia começa a suspeitar de um Membro do Parlamento que é a favor do desarmamento e cujas atividades chegaram a alta traição; ele verifica os compromissos futuros do homem que incluem um convite para fa-

lar numa embaixada estrangeira. "Adivinhe qual!" diz o inspetor, olhando diretamente para a câmera. O espectador percebe imediatamente: a russa. O filme nunca diz isso. Mas a platéia o faz, estabelecendo implicitamente um mútuo entendimento com o filme.

Man Hunt (*Cacada Humana*, 1941) não é apenas uma das obras mais significativas de Fritz Lang, mas tem uma seqüência introdutória brilhante que alia compulsivamente o espectador com toda a motivação do filme e com o personagem principal, um bem educado inglês caçador de alto bordo. Veio para as flores em torno de Berchtesgaden não para matar mas para experimentar a satisfação de ter a mira telescópica de sua arma apontada diretamente para a cabeça de Hitler. Quando chega o momento, compartilhamos a experiência de olhar através do visor e ajustar o nosso objetivo ao maior dos grandes jogos. Os instintos despertados no espectador durante esses poucos segundos tornam-no o aliado jurado do herói. A platéia foi colocada numa situação que forçosamente produz a perspectiva moral exata à que o filme eventualmente chegará.

O estabelecimento de uma perspectiva comum pode ser descrito como um pré-requisito para todo filme de propaganda que não queira provocar antagonismos na platéia. Cada diferença tangível na atitude traz consigo uma distância psicológica crescente entre o filme e a platéia, e termina provocando uma resistência que pode funcionar ao contrário.

O cinema é o único veículo de propaganda que raramente se permitiu anteceder a platéia. Essa regra tem uma só exceção no modo como o governo nazista da Alemanha usou os jornais da tela sobre a ofensiva de suas forças armadas no começo da Segunda Guerra Mundial. Na verdade eram experiências de guerra psicológica contra os países que seriam atacados a seguir. Assim, no dia 5 de abril de 1940, dinamarqueses e noruegueses altamente colorados foram convidados a assistir na embaixada alemã em Oslo ao filme *Feuertaufe* (*Batismo de Fogo*) de Hans Bertram, um documentário mostrando a inenarrável perfeição da máquina de guerra alemã em sua maciça vitória contra os poloneses. Essa exibição cinematográfica era um ameaçador prelúdio diplomático à invasão que viria poucos dias depois. Mas esse exemplo não é representativo; mesmo os documentários de guerra alemães tinham suas



As ações dos Rothschild's em Waretlo, filme de propaganda nazista anti-semita.

de uma perspectiva "nossa" imposta fotograficamente, mas pode se encontrar esse princípio em filmes de qualquer época e país. No filme russo antinazista *Boloinye Soldaty* (Soldados do pântano, 1938) os rostos dos alemães chegam a ser fotografados com lentes para distorção.

A propaganda não é um gênero que dispense qualquer oportunidade de explorar nossos conceitos profundamente enraizados a respeito de rostos. O fato dos personagens pertencerem ao nosso campo ou ao do inimigo fica claro por sua aparência externa que atua como um reflexo de seu valor moral. Vários vilões americanos de aparência desagradável ficaram firmemente identificados com agentes inimigos de diferentes nacionalidades; o cinema mudo russo também tem numerosos exemplos de quanto pode conseguir um propagandista simplesmente com uma escolha cuidadosa de tipos atraentes e repelentes para os papéis importantes. Além disso, o cinema russo desenvolveu uma iconografia completa de detestáveis atributos capitalistas para serem ligados ao inimigo: obesidade, guarda-chuvas, luvas, piteiras e chapéus cocos, foram todos tão diligentemente usados nesse contexto que se tornaram instantaneamente reconhecíveis como sinais de uma magia diabólica.

São mecanismos primitivos, ativados como é o caso por sinais tão simples que põem em movimento reflexos condicionados em vez de argumentos. O importante é usar esses sinais para provocar um processo de distanciamento que envolve apenas o inimigo. Uma vez bem estabelecida a distância, a propaganda pode se permitir manobras aparentemente arriscadas sem comprometer seus objetivos. No começo da década de 30, Upton Sinclair, para horror das companhias cinematográficas, decidiu concorrer como candidato do Partido Democrata ao governo da Califórnia. Nos filmes curtos usados na campanha contra ele, figuras com pronúncia estrangeira e aparência lugubre recomendavam as ideias de Sinclair: "Seu sistema parece funcionar bem na Rússia, então por que não funcionaria aqui?". A dissociação entre "nossos" sentimentos e as ideias tão fingidamente sugeridas é provocada tanto pela aparência desagradável do orador como por outro reflexo condicionado no público americano, o medo do comunismo.

território inimigo: enquanto os Volksdeutscher sucumbem nas prisões polonesas, os Stukas e os tanques alemães chegam rugindo e destruindo a Polónia para salvá-los. Portanto *Heimkehr* termina com a libertação, não com violência - e aí está a tremenda diferença entre os dois filmes. É imensó o poder de sugestão contido nessa espécie de alívio emocional, e o mesmo final, com idêntica moral maliciosa e alívio semelhante, reaparece em *G.P.U.* (1942) de Karl Ritter - com a diferença de que aqui o herói está se estiolando nos porões de Roterdam quando os alemães invadem a Holanda e chegam para ajudá-lo. A perspectiva cria a moral.

Nesse contexto surpreende ver com que franqueza alguns filmes russos da década de trinta podiam admitir a lei do terror na década precedente, mas isso foi realizado com apelos habilmente disfarçados a uma platéia considerada de compatriotas leais, diferentes dos que eram atingidos pela brutalidade do regime. Em *Lênin em 1918* (1939), Lênin e Gorky estão conversando, e Gorky tem muitas dúvidas a respeito da maneira violenta com que os bolcheviques tratam os adversários. A discussão é colocada favoravelmente a Lênin quando um homem do povo agradável, comum - "nosso" representante - vem com seus argumentos simples, diretos, para convencer Gorky da necessidade de utilização de tais métodos. (Em 1939, o propósito real dessa cena provavelmente era defender mais o terror de Stalin que o de Lênin; a produção foi supervisionada diretamente por Beria.)

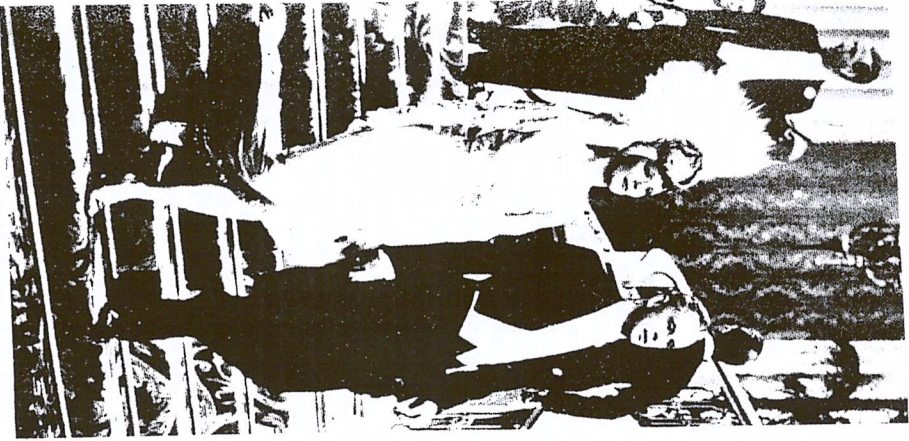
Há numerosos métodos para estimular e explorar "nossos" sentimentos provocando desprezo por "eles", mas grande parte desses métodos são bastante primários. Fotograficamente, o "nosso" pode ser separado dos "deles" de um modo que junta à diferenciação um julgamento de valor implícito. Os primeiros filmes nazistas eram particularmente inclinados a tratar comunistas e judeus de modo a mostrá-los como sinistros. Transitavam pelas sombras e eram de preferência fotografados com câmera alta contra fundos tristes, limitadores (tais como paredes de prédios ou pisos), enquanto os rostos arianos, os "nossos", eram mostrados com câmera baixa contra o céu aberto com heróicas formações de nuvens. O documentário *Der Ewige Jude* (O eterno judeu, 1940) provavelmente oferece o exemplo mais consistente

maiores platéias no país, onde sua função era reforçar uma já maciça autoconfiança militar. Quando a ocupação da Noruega e da Dinamarca foi mais tarde descrita no potente *Wochenchau* (Jornal da Tela) Nr 17 1940 da *Tomchenschau* (uma perspectiva do "nós" ficou bem marcada, uma perspectiva dos; o tema principal, constante e enfaticamente repetido, é: "Viemos como amigos e como amigos somos recebidos."

A necessidade de uma perspectiva psicológica comum unindo o filme e a platéia é fundamental quando a violência tem um papel importante. O problema é razoavelmente simples quando os que perpetraram a violência são subsequentemente destinados ao ódio da platéia. O gênero abunda em cenas que provocam indignação, em que a perspectiva coloca firmemente a platéia ao lado das vítimas - mas, sem confessar, a propaganda algumas vezes quer apresentar ações violentas como algo positivo e mostrá-las do ponto de vista de quem a perpetrará. O propagandista enfrenta então um problema de equilíbrio mais complicado, por que há sempre o risco de que a repulsa civilizada contra a violência induza intempestivas reservas no espectador, abalando seu sentimento de solidariedade.

Pode ser apenas uma miragem ideológica que mostre os cineastas nazistas, mais que quaisquer outros, parecendo achar que podiam ignorar impunemente o risco de provocar uma reviravolta na perspectiva emocional; sem nenhum escrúpulo eles demonstravam a brutalidade alemã. *Kampfgeschwader Lützow* (Esquadrão de Bombardeio Lützow, 1941), por exemplo, contém uma seqüência apavorante em que centenas de poloneses se deslocando ao longo de uma estrada são metralhados pelo Stukas, e uma outra em que a triste cavalaria polonesa é massacrada pelos tanques alemães. Tais exibições de violência não conseguem o resultado desejado atualmente - mas talvez conseguissem na época com uma platéia em que a necessidade de vingança se satisfizesse com essas imagens de terror.

Alguns outros filmes nazistas, entretanto, manipulavam habilmente justificações para a violência. *Heimkehr* (A Volta, 1941), como *Esquadrão de Bombardeio Lützow*, descreve o irrompimento da guerra, mas consegue um efeito mais sutil adotando a perspectiva não dos conquistadores mas das minorias oprimidas no



Titanic (1943). Filme alemão de propaganda antinglês.

do filme da HUAC de jogar com os reflexos condicionados da plateia é típica da propaganda, um método que nunca é tão notado como quando deixa de funcionar.

Determinado aspecto da "nossa" perspectiva é puramente formal mas tem implicações psicológicas. A propaganda se baseia firmemente numa propriedade específica do cinema: o simples fato da câmera estar com alguém estabelece um relacionamento, um compromisso estético. O ponto de vista que se pretendeu para a série *Why We Fight* (*Porque lutamos*) é indicado pelo próprio título, mas o terceiro episódio contém uma violação flagrante do

princípio da perspectiva, e por alguns minutos o efeito é de uma fascinante ambivalência. *Divide and Conquer* (*Dividir para Conquistar*) utiliza seqüências de atualidades e documentários alemães com o *Sieg im Westen* (*Vitória a Oeste*). Algumas das partes mais intensas mostram os ataques dos alemães a Rotterdam, mas são literalmente apresentados de uma perspectiva aérea, tomada dos bombardeiros atacantes. O efeito subjetivo da câmera coloca a plateia exatamente nos aviões que mergulham com os alemães; de repente *somos* os alemães. Esse efeito dúbio, mas não intencional, é reforçado pelas excitantes sensações visuais de vertigem e pela rapidez das imagens.

Obviamente não é a posição da câmera o fator mais importante para produzir um envolvimento e um eventual compromisso da plateia. Realmente, as perspectivas psicológicas nem sempre são idênticas às visuais, mas podem ser encontradas implicações mais amplas, por exemplo, no estilo de propaganda inglês, que explora ao máximo as vantagens psicológicas de uma contínua preocupação com as virtudes do próprio lado, sem se aventurar no campo inimigo para perturbar a perspectiva. Embora o mal seja visivelmente mais fotogênico que o bem é, por várias razões, muito arriscado emprender uma propaganda que utilize inimigos em todos os papéis principais deixando de privilegiar qualquer base para "nossos" sentimentos.

"No cinema, o espectador deve saber ainda com mais certeza que no teatro a quem amar e a quem odiar." Essas sábias palavras, do panfleto "Betrachtungen zum Filmschaffen" ("Observações para a realização de um filme"), pelo Reichsfilmintendant (Intendente do cinema do Reich) Fritz Hippler, não teriam muito interesse se não implicassem numa crítica a um dos grandes fracassos do cinema de propaganda nazista, o filme anti-semita e anti-ingles *Die Rothschilds* (*Die Rothschilds' Aktien von Waterloo - 11. As Ações dos Rothschilds em Waterloo*). Hippler diz ainda: "Se, por exemplo, estou fazendo um filme anti-semita e obvio que não devo apresentar os judeus atraentes... Mas se ponho os judeus contra os ingleses, isto é, pessoas desagradáveis contra pessoas desagradáveis, o efeito será o mesmo que se eu colocasse uma silhueta recortada em papel preto, ainda que artisticamente excelsa, sobre um fundo igualmente preto, exclaman-



Tomada do filme *Casablanca* de Michael Curtiz.

do: "Olhem que artístico!" O perfil modelado com mais perfeição estaria antecipadamente reduzido à completa ineficácia."

Sob certos aspectos *Die Rothschilds* foi habilmente apresentado, mas fracassou na bilheteria. O argumentista cometeu o erro fundamental de encenar a história no "ambiente deles, entre judeus e ingleses". Conseqüentemente nenhum dos personagens principais pode representar uma perspectiva "nossa", e assim não dá para estabelecer uma identificação entre o filme e a plateia. Um risco semelhante correu na América *The Hitler Gang* (*A gang de Hitler*, 1944) que descrevia "de dentro" o aparcimento do regime nazista, mas esse filme ga-

nhou uma sólida ancoragem emocional com a introdução de um comentarista que estabelece firmemente a posição moral do filme - e da plateia.

Um notável exemplo de como uma perspectiva "nossa" não intencional pode distorcer a intenção política é oferecida por *Titanic* (1943) de Herbert Selpin, filme do qual Goebbels esperava um poderoso impacto de propaganda antinglês - uma arrogante alegoria sobre um povo degenerado a caminho do cataclisma final.

Evidentemente o filme negou fogo já que foi proibido pelo Ministério da Propaganda de Goebbels. O fracasso é compreensível, porque



Cena do filme de Augusto Genina: *O cerco de Alcázar*.

como espectadores temos conhecimento antecipado do iminente destino do navio. Face à catástrofe só podemos sentir pelos passageiros, e o conjunto que fora pensado como símbolo para a pérfida Albion se torna em lugar disso um sinônimo para "nós". Isso também era um desastre porque, na Alemanha de 1943, podia levar a associações inconvenientes para os nazistas: no final do filme, o vaidoso e irresponsável "Herr Generaldirektor" é o único culpado (embora impune) pela morte sem sentido de milhares de pessoas.

marino; pode ser uma guarnição sitiada ou uma companhia de um circo, como no filme de Elia Kazan *Man on a Tightrope* (*Os Saltimbancos*). A guerra cerca esse companheirismo com o perigo, instilando uma intensa sensação de parentesco entre o grupo-platéia e o grupo na tela. Esse tipo de "nosso" grupo limitado ganha dimensões alegóricas, microcosmo de uma nação, símbolo do povo com a cristalização de sua excelência.

Na propaganda alemã, raramente o entusiasmo pela guerra é mais febril do que nesse tipo de filme. Os soldados parecem fundidos numa jovial camaradagem. Com suas brincadeiras e suas orações suaves mas viris, essa imagem confirma nossas idéias de um companheirismo sentimental e brutal entre os nazistas. É provável que atualmente tivesse um efeito fortemente negativo sobre a maioria das platéias, mas na época evocava "nossos" cor-deais sentimentos para com a Alemanha.

Atualmente o que mais surpreende em *In Which We Serve* — o mais conhecido exemplar inglês no gênero — é sua apresentação crua, com um orgulho óbvio, da existência de classes. Diferenças de status e divisões sociais são marcadas claramente e nunca questionadas: a hierarquia "natural" é apresentada na base da estabilidade e da eficiência na tripulação e na sociedade; através das barreiras de classes flui uma corrente constante de solidariedade emocional que percorre o caminho até a platéia.

Nos Estados Unidos o agrupamento de propaganda sempre é feito com um olho para a justa representação das minorias étnicas. Foi nessas encarnações do cadinho americano que, durante a Segunda Guerra Mundial, o negro se emancipou como personagem cinematográfico e foi apresentado como cidadão americano totalmente amadurecido entre seus compatriotas italianos, escandinavos, indianos, irlandeses, gregos e poloneses — cada americano deve poder se sentir representado dentro dessa irmandade.

Fora essas pequenas variações nacionais, os filmes desse sub-gênero são tão confusamente parecidos que ilustram de um modo quase macabro o quanto a propaganda cinematográfica trata mais de rótulos que de idéias. *Um barco e nove destinos* (1943) de Alfred Hitchcock e o semidocumentário *Western Approaches* (1944) de Pat Jackson, que também se baseia num tema sobre botes salva-vidas, estão muito aci-

ma da média geral desses filmes. Um dos exemplos mais comovedores, entretanto, é o filme fascista de Augusto Genina *L'Assedio dell'Alcázar* (*O cerco de Alcázar*, 1939), que descreve com ilusória dignidade e contenção o sítio de Alcázar durante a Guerra Civil Espanhola. Como é dada pouca atenção ao inimigo fora da fortaleza, Genina pode operar sem caricaturas. Em compensação, com emoções estranhamente equilibradas, ele se concentra totalmente nos sitiados e em seu heroísmo. O filme atinge um climax de êxtase quando chegam as notícias de um vitorioso avanço de Franco sobre Toledo; os sitiados explodem em arrebatadora canção (que pela trilha sonora escorre num coral magnífico acompanhado por uma orquestra gigantesca).

Como bom propagandista, Genina dificilmente deixaria de explorar esse método bastante sedutor de criar uma sensação de união entre o filme e a platéia. Graças a uma apreciação sócio-psicológica instintiva de suas qualidades emotivas, o canto da comunidade se tornou o veículo unificador mais importante para movimentos populares e de restauração, ideologias de massa e nacionalismos de todo tipo. Cantar em uníssono no cinema sempre mantém sua força, mesmo sem a adesão real da platéia. Quando em *Kuhle Wampe* (*Ventres Gelados* — Slatan Dudow, 1932) se canta "*Vorwärts, und nie vergessen*" ("Adiante, e nunca esqueçam") o entusiasmo parece se espalhar por todo o cinema com uma inevitabilidade quase fisiológica, e quando os soldados do Terceiro Reich marcham na batida firme de seu próprio canto através de sucessivos filmes nazistas, dá para se ter uma idéia da quase mística atração de massa do fascismo. Mesmo o moderado cinema inglês dos anos de guerra tinham momentos de arrebatadores cantos de comunidade, não necessariamente de caráter patriótico mas dando impressão de uma entusiástica união no período de dificuldades.

Grupos de minorias oprimidas têm a tendência de demonstrar no canto sua desafiadora esperança: em inúmeros filmes da Europa Oriental, comunistas oprimidos cantam as glórias do socialismo na Internacional e outros cantos de luta, para a inspiração da platéia. No *Heimkehr* nazista um preso pertencente à minoria alemã canta "*Treu Heimat, sei gegesst!*" ("Pátria verdadeira, seja louvada") e parece alcançar nas asas da canção acima das misérias de sua

prisão. Na sequência mais bonita de *Casablanca*, os que amam a liberdade cantam a Marseillesa até que a barulhenta execução de "Die Macht am Rhein" ("A sentinela do Reno") pelos oficiais nazistas é afogada pela exultante harmonia dos aliados.

O grande poder das canções é utilizado no mais ambicioso esforço de propaganda da China maísta em forma de musical. *O Oriente é Vermelho* (1965) é praticamente a única filmagem de uma produção para o palco que consegue realizar um capital cinematográfico a partir de sua ambientação teatral. Na cena final o palco fica cheio com pessoas cantando e u-lusiasmam com a Internacional; a câmera sai do teatro para apANHAR membros da platéia do teatro que saltam de suas poltronas para aderir ao canto. Dissolve-se a fronteira separando atores de espectadores; o entusiasmo ganha um novo paritido, a platéia do cinema.

Esse estado de venturosa união com os atores é um dos objetivos primários que o filme de propaganda tem em relação a platéia. O homem é um animal gregário que tem necessidade da sensação de pertencer. É natural que o cinema tente utilizar condicionamento de massa como meio para criar entusiasmo político, para manter as pessoas unidas.

Eisenstein, Pudovkin e outros russos colocaram o povo, as massas, firmemente no centro de seus filmes e se dirigiram a um proletariado que já declarara sua solidariedade com a revolução e consequentemente sentia um profundo envolvimento emocional com as revoltas de massa que eles descreviam. Em oposição direta à massa estavam os instrumentos do capitalismo, os soldados – esses também eram uma massa, mas anônima, uma murralha pistoleadora, esmagadora, impiedosa. As boas massas nunca eram impessoais, sem rosto. Controlando habilmente o intercâmbio entre cenas de multidão e *close-ups*, os russos conseguiram dar a rostos e gestos uma incrível agudeza evitando que os efeitos de massa se perdessem no anônimo. A vontade e os objetivos das massas eram como um só, mas as reações de cada um dos inúmeros indivíduos eram únicas e pessoais.

Stachka (Greve, 1924) de Eisenstein foi a primeira grande manifestação do cinema soviético. É um filme que dá sua lealdade integral ao povo como massa, sem precedência a qualquer indivíduo em relação ao resto. Depois de *Greve*

o cinema russo gradualmente se afastou da predominância total das massas. Cada vez mais permitiu-se que personalidades individuais surgissem das massas, para serem exibidas como figuras positivas, mas ainda representativas. Entretanto, até o predomínio definitivo do realismo socialista com sua glorificação dogmática do herói positivo, as massas permaneceram, em termos de psicologia da Gestalt, mais "figura" que "ambiente". Durante a era de Stalin, a massa foi tornada ainda mais anônima até que se tornou virtualmente um pano de fundo frente ao qual atuava o herói positivo, ainda que ela continuasse sendo usada para reforçar o espírito de luta, alegrar as centrais elétricas, e para o "nosso" entusiasmo.

Os mais fortes efeitos envolvendo massas no cinema soviético não foram entretanto conseguidos através da alegria. O clássico filme revolucionário trabalha consistentemente com a massa como um pobre diabo, proletários oprimidos pelos ricos, gente desarmada lutando desesperadamente contra forças superiores policiais ou militares. Seu efeito emocional não pode por isso ser totalmente atribuído à psicologia de massa. As simpatias do espectador foram determinadas pelas mesmas afonias que justificam as intenções da massa e sua lealdade é mantida por mecanismos diferentes do simples condicionamento de massa.

Mais ou menos na mesma época em que os russos começaram a se ajustar às exigências do realismo socialista, os alemães iniciaram a produção de filmes de propaganda espetaculares em que o principal ingrediente era o senso de camaradagem irradiado pela massa. Os filmes alemães celebraram o Partido Nazista no início dos anos 30 criando uma versão quase simbólica do tema da massa que aumenta, e os diretores da propaganda adoravam modelar isso como uma extática visão do triunfo final. Essa visão aparece primeiro num filme de aventuras tipicamente alemão intitulado *Der Reichell (O Rebelde, 1932)* com o diretor, Luis Trenker, como o herói que é baleado e cuja alma abandona o corpo para passar entre as nuvens, seguida por uma massa crescente de gente entusiasmada que enche todo o céu na esteira de sua bandeira de liberdade. Uma cópia quase idêntica da visão aparece em *Hans Westmar* (1933) e em *Hitlerjunge Quex (O jovem hitlerista Quex, 1933)*, sua função de despertar sentimento de camaradagem é particularmente bem

preparado pela miséria inicial do jovem herói, excluindo do desejado contato "conosco". Quando ele se torna um mártir nazista, o último momento de sua vida é suavizado por uma visão do futuro que não se destina só a ele mas também a nós: milhares de membros da juventude hitlerista marcham para um novo mundo em formações sempre crescentes que se fundem numa massa enorme de jovens marchando atrás de estandartes flutuando com sustos às vozes de vigorosas marchas. O efeito é impressionante. Esse jeito de transformar as pessoas em símbolos é característica das cenas de massa no cinema nazista. A própria massa vira um efeito com uma forma bem disciplinada, simétrica. Isso é bem diferente da massa nos filmes revolucionários russos com sua vitalidade pura, unida mas sem uniformidade, explosiva e imprevisível.

Isso de modo algum implica numa negação da força psicológica do estilo nazista. O exemplo mais eloquente, *O Triunfo da Vontade* de Leni Riefenstahl, tem uma característica distintamente monumental e uma tal perfeição em sua simetria que faz com que o filme inteiro pareça um estandarte de gigantescas proporções. Mas as heróicas formações de massa provocam uma sensação arrebatadoramente sincera do "nosso", dando ao filme uma radiação emocional a que é difícil resistir. Seria por isso um erro grave imaginar que a ornamentação humana do cinema nazista fosse sempre sinônimo de uma ineficácia mecânica. É possível uma comparação com outro gênero que, sem intenção política, também reduz o indivíduo a um elemento numa massa para efeito decorativo, em que as pessoas, subordinadas à perfeição, se arrumam em disciplinados modelos que não permitem um embelezamento em seus componentes individuais. Trata-se da comédia musical americana, especialmente o estilo Busby Berkeley que predominava na época em que na Alemanha estava sendo filmado *O Triunfo da Vontade*. Vendo *O Triunfo da Vontade* não só somos levados a observar as entusiasmadas reações da multidão face a seus líderes e símbolos, como também forçados a uma espécie de participação. Estamos ali entre os estandartes, flutuando com as bandeiras, em pé próximos a Hitler, acotovelando-nos com a multidão. Nos misturamos com a massa. Outros documentários de propaganda usaram cenas de massa para criar o envolvimento da platéia,

mas *O Triunfo da Vontade* é excepcional pela sensação extraordinária de estar presente. É significativo que Leni Riefenstahl (como Humphrey Jennings em alguns de seus melhores filmes), tenha excluído totalmente qualquer comentário falado – o filme não tem nenhum interdiário quebrando o imediatismo ao se colocar entre o entusiasmo da massa e o envolvimento do espectador. É inerente ao comentário falado ficar de fora, a uma certa distância de seu tema, para fornecer uma descrição em vez de uma sensação de presença. Sob condições favoráveis, o sugestivo poder das multidões no cinema pode ser praticamente irresistível. Apesar disso e surpreendentemente fácil com um comentarista, desmanchar o efeito não só minimizando-o mas realmente invertendo-o. *O Triunfo da Vontade* tem sido usado, com frequência e sucesso, como fonte de material para filmes com propósitos diametralmente opostos. O mais notável é provavelmente *They are the Men (11, Os homens não são esses, 1943)*, que consiste em grande parte de seqüências do filme de Riefenstahl, provocadoramente acompanhadas de um comentário hostil em inglês. A fotografia em *They are the Men* tem a grande força emocional provavelmente derivada em parte das elusivas multidões nazistas. Mesmo aqui o entusiasmo das massas constitui uma sólida peça, mas agora a favor de emoções dirigidas contra tudo o que essas massas detestam.

Em 1966, o diretor inglês Peter Watkins fez uma das mais complexas e notáveis experiências com condicionamento de massa, tentando através de seu *Privilege* simultaneamente explicá-lo, explorá-lo e alertar as pessoas contra seus efeitos. Ele coloca a história no contexto de uma sociedade totalitária imaginária que a explora como ópio para as massas. Mas embora a estrutura de *Privilege* seja claramente baseada num estudo detalhado de *O Triunfo da Vontade*, Watkins não consegue tornar sua visão apavorante porque a história da massa pelo seu ídolo *pop* não tem a força suficiente para transbordar e engolfar a platéia do cinema. O condicionamento de massa se torna uma coisa mais para ser observada do que para encantar e amedrontar. Os efeitos de um condicionamento de massa sobre uma platéia não são incondicionais; eles aqui são antiquilados pela atitude crítica do próprio filme.

Um dos fatores determinantes do efeito psicológico de massa obviamente é a "nossa"

perspectiva na platéia e no filme — a massa fica atraente ou detestável ou apavorante dependendo das intenções e da força do filme, e das simpatias e idiosincrasias da platéia. Embora com fingida cordialidade, os filmes de esponsoragem evocam visões de terror sobre uma massa destruidora, as hordas do Oriente. Ainda que vários asiáticos sejam mortos, outros, que parecem exatamente o mesmo, aparecem.

Uma complicação a respeito de cenas de massa é que o próprio conceito de massa carrega uma teia de associações que tem uma sensibilidade incrível para impulsos numa direção negativa. O realizador pode facilmente associar a idéia de massa com a de multidão, mas o espectador pode fazer isso para si ativando seus mecanismos de defesa, mesmo contra filmes com o objetivo de glorificar os desejos da massa. Os documentários de propaganda maioista como *O Presidente Mao é o Sol Vermelho em nossos Corações*, que aparentemente só se baseiam no impacto de entusiásticos eventos de massa, não são muito adequados para despertar simpatias no Ocidente exceto entre os que já aceitaram a mensagem.

É razoável admitir que seria mais fácil des-
pertar mecanismos tão alienantes com o espetáculo de uma massa desgobernada em estado de ódio ou pânico, preparada para a violência. Poucos filmes ocidentais igualam ou imitam a agressividade emocional das massas que aparecem nos filmes revolucionários russos, destinados a platéias que já estavam lealmente ao lado do proletariado da tela. O Cinema Novo brasileiro algumas vezes apresenta surpreendentes semelhanças com o cinema mudo russo, mas sua atitude em relação à massa é mais descritiva que sugestiva. Em *Os Fuzis* (1963), a massa não é nem atraente nem apavorante, mas patética, frágil política e moralmente: uma despeitada descrição de Rui Guerra da incapacidade dos oprimidos dominarem sua situação e seu destino. Em anos recentes um filme político conseguiu trabalhar habilmente na tradição do cinema revolucionário russo, utilizando os meios e objetivos desses como seus. É *La Bataille de Algeri (A Batalha da Argélia)*, 1966) de Gillo Pontecorvo, em que a massa heróica é a FLN na sua luta sangrenta pela libertação. Há um efetivo conflito entre uma massa oprimida e uma dominação militar brutal, e isso encaminha nossas simpatias o suficiente para permitir a Pontecorvo mostrar atrocidades dos argeli-

divíduo solitário lutando contra ou fugindo de uma força coletiva superior. São necessárias circunstâncias especiais para evitar que as simpatias da platéia fiquem firmemente do lado do homem solitário. Esse processo, rotulado pelos psicólogos como "identificação com o herói", é um caminho mais simples de conseguir um sentimento do "nosso" do que o incerto poder condicionador da massa. Mesmo no cinema soviético, a massa teve que ceder o lugar para o herói individual — e aqui é irrelevante que o herói que veio representar—"nos", ao povo, não fosse particularmente atraente.

"Nós — o povo", diz a velha mãe americana, Jane Darwell, em *The Grapes of Wrath (As Vinhas da Ira)*, e ela diz isso orgulhosa de sua América, de si mesma e de seu povo, os pobres e analfabetos, "a gente comum". O povo é o "nosso" grupo a que todos os países dirigem sua propaganda, uma platéia que precisa ser ganha para a concordância. Por isso, em última análise, quem precisa ser glorificado é o povo, de modo que a causa do povo, as idéias marcadas no próprio povo. E por isso que nós, o povo comum, quer sentados no cinema ou representando na tela, constituímos a bitola infalível do bem e do mal na política a que a propaganda invariavelmente se refere.

A Imagem do Inimigo

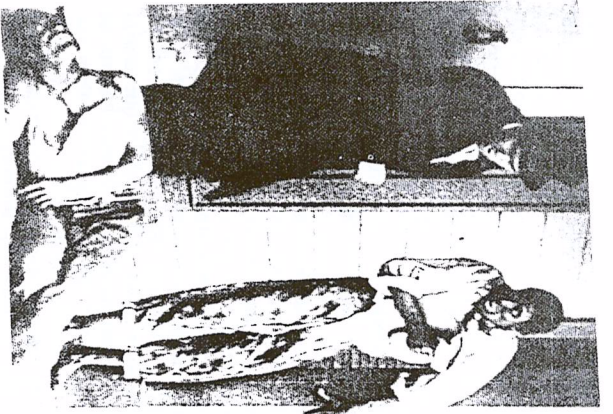
Quando os países estão em crise ou em período de guerra, há uma necessidade crescente de simplificar as coisas. O outro lado fica totalmente mau, a própria causa é indiscutivelmente justa, e todos se juntam em volta dos símbolos da unidade. Os conflitos sociais são rapidamente resolvidos ou disfarçados. As pessoas parecem muitas vezes desenvolver uma forte necessidade de perder suas complexidades individuais numa identidade nacional mais simples. Nesses tempos inseguros a propaganda política é mais eficiente. Tem sido feitas algumas tentativas, como na Alemanha nazista, para prolongar essas situações de tensão por longos períodos de modo que possa ser explorada a mais alta receptividade do públi-

co. Chega a se encenar conflitos simulados para preservar a unidade da nação e manter as simplificações aceitas. Talvez seja necessário ao propagandista político "viver de crise em crise", como escreveu F. C. Bartlett em "Political Propaganda" ("Propaganda Política", 1940). Mas isso tem também o risco de exagerar a mensagem numa extensão que induz o ao descrédito ou à histeria.

Para a propaganda é fundamental que a mensagem seja expressa de um modo que não convide à discussão. O efeito depende de um recebimento sem perguntas, abafadas quaisquer críticas ou análises. Seu apelo é puramente emocional e exclui todas as alternativas. Via de regra, o propagandista considera os intelectuais como inseguros ou hostis. Seu número limitado torna-os desinteressantes como alvo. A melhor coisa é isolá-los retirando-lhes a oportunidade de influenciar a opinião pública.

Embora o propagandista possa não permitir nenhuma opinião diferente da sua, tem que reconhecer que existe um outro lado, outra causa. Uma grande parte da propaganda, possivelmente a mais difícil, tem que se dedicar à imagem do inimigo, tanto para fornecer um quadro que o identifique como para dirigir as reações a esse quadro. A imagem que a propaganda constrói do outro lado pode ser de uma simplicidade estilizada. A sutileza e o realismo convidam a comparações; se o inimigo fosse representado sem distorções, era possível reconhecer sua força tanto quanto sua fraqueza: o espectador estaria exposto ao ponto de vista do inimigo, e descobriria os traços humanos por trás do exterior sem atrativos.

Em filmes de propaganda os clichês são inevitáveis. Geralmente os estereótipos já vêm prontos, depois de se terem desenvolvido por um longo período, às vezes como parte de mitos relacionados com outras raças, nações ou grupos. Podem passar de geração a geração pela educação ou pela tradição oral; ou podem estar latentes num subconsciente nacional, para serem reativados pela propaganda quando o partido ou o Estado precisa de um inimigo, de um bode expiatório. Roubam a humanidade dos outros reduzindo os indivíduos a uma homogeneidade sem vida. Embora tais clichês possam ser inofensivos e às vezes divertidos (o estocque de piadas sobre estrangeiros), também podem ajudar a preparar o caminho para o genocídio. Qualquer método de separação ef-



Filme norte-americano de 1914, *O nascimento de uma nação*.

ciente – legal, linguístico ou físico – entre “nós” e “eles” abre caminho para que “eles” façamos qualquer coisa contra “eles”. Não precisamos mais considerá-los como seres humanos; não enxergamos suas semelhanças conosco.

Alguns dos clichês cinematográficos para povos e relações humanas são do próprio cinema, enquanto outros parecem herdados e é possível relacioná-los com antigas histórias do folclore. Como nos contos de fada, o cinema dificilmente complica o bem e o mal. Aparentemente os modelos de evolução já prontamente os personagens e relações levam a uma sensação de predestinação, de modo que o final de muitos filmes simplesmente confirma o que já fora adivinçado na primeira cena. Mas o cinema é uma forma de arte tão íntima que o bem e o mal não podem ser representados totalmente em cores primárias. Durante a história inicial do cinema, o inimigo foi objeto de um ódio simplificado, antes que os filmes atingissem autoconsciência. Durante a Primeira Guerra Mundial, estava além das capacidades

de cada um dos lados expressar o ódio ao inimigo em propaganda sem recorrer ao Bicho-Papão. Os resultados não são dignos de imitação.

The Birth of a Nation (*Nascimento de uma nação*, 1914) é um filme cuja grandza ainda pode ser reconhecida: as cenas de combate, especialmente, continuam vivas, e dificilmente foi feito depois coisa melhor... Mas em outros aspectos pode parecer atualmente quase absurdo, principalmente quando Griffith é dominado pela ambição de fazer algo mais que um simples filme. Decide, por exemplo, competir com os acadêmicos na arte da pintura histórica. Certas cenas de *The Birth of a Nation* são concebidas como cópias de fotografias e pinturas contemporâneas. (A captação de Robert E. Lee é descrita num leiteiro como um fac-símile de cena real.) Contrastando com as cenas de exteriores as dos interiores são holorentas e sem vida. Entretanto, o aspecto mais curioso do filme está num nível pessoal, psicológico: o ódio, a história dos brancos e dos negros em termos de preto-e-branco. Os brancos têm roupas bem feitas e almas nobres; aparecem em tocantes grupos familiares; os horrores da guerra tem sobre eles em efeito purificador; morrem com compunção. Os negros são indignos: reviram os olhos e saltam como bruxos – criaturas detestáveis que precisam ser esmagadas. O pior de todos é um mestiço, Shias Lynch. O crime do resto é que eles se levantaram contra a estrutura de poder branco, mas Lynch representa uma coisa muito séria para Griffith: simboliza o bem corrompido pelo mal, um homem de sangue impuro. De todos os negros de *The Birth of a Nation*, que inclui servos fiéis, suspirantes, ele é o único que tem o crédito de alguma inteligência, mas essa é destrutiva, assassina, louca.

Para Griffith o inimigo é subumano embora letal, pode ser tocado com as mãos, mesmo que não sejam sempre identificáveis e é vital, car alerta. Em *Omphals of the Storm* (*Orafas da Tempestade*, 1922), sobre os horrores da Revolução Francesa, o grande diretor se dirige à nação numa longa introdução escrita, numa admoestação emocional sobre o verdadeiro assunto do filme, a Revolução Russa. Griffith fala do demônio e tenta pintá-lo, mas esse aparece mais como um espectro que como uma realidade. Seus filmes são reacionários mas não têm substância ideológica – produto de

uma imaginação histórica, fantasias fantasmagóricas de um grande artista.

Blade of Satan's Bog (t.l. *Folhas do Jornal de Satã*, 1920) de Carl Dreyer é o filme de um Griffith nórdico sobre o mal e o modo como esse se revela durante diferentes épocas históricas: na morte de Cristo, durante a Revolução Francesa, e do lado vermelho durante a Guerra Civil Finlandesa. As forças obscuras são corporificadas na figura do próprio Satã; ele é visto de relance sob vários disfarces mas sempre parece estar bem à vontade com a esquerda revolucionária.

Seria mais comum filmes abertamente reacionários se houvesse mais cineastas reacionários, ou talvez se a indústria cinematográfica desse mais atenção a expressões e ideias subjetivas. Nos Estados Unidos, a visão conspiratória da política parece ser bastante comum – e não só entre os milionários do petróleo, mas como nas forças dirigentes por trás de certos grupos políticos, embora tais atitudes raramente tenham influenciado o cinema americano. Ao contrário, vários filmes liberais de esquerda dos anos trinta em diante alertaram contra a política e os políticos históricos – filmes como *The President Vanishes* (1934) de William Wellman, *The Black Legion* (*A legião negra*, 1937) de Archie Mayo, *All the King's Men* (*A Grande Ilusão*, 1949) de Robert Rossen, e *A Face in the Crowd* (*Um rosto na multidão*, 1956) de Elia Kazan. Com poucas exceções, os filmes anti-soviéticos produzidos em Hollywood durante a Guerra Fria não parecem muito inspirados, são estereotipados, feitos para estabelecer regras, com os comunistas apresentados virtualmente como *gangsters*.

O inimigo invisível é importante no semi-documentário *Native Land* (t.l. *Terra Natal*, 1942), dirigido por Leo Hurwitz e Paul Strand, que conta uma história de violência política nos Estados Unidos, a perseguição dos movimentos sindicais radicais, com informantes, chantagem, assalto e assassinato. Os exemplos são parcialmente autênticos e em parte recriações de acontecimentos como se imagina que aconteceram. Essas cenas provocam a indignação, e não há nada para sugerir que os crimes não foram cometidos. O aspecto mais estranho de *Native Land* é que seja tão difícil apagar o criminoso – o inimigo. Isso poderia ser tomado como realista: os criminosos dificilmente são apunhados porque a polícia é politicamente

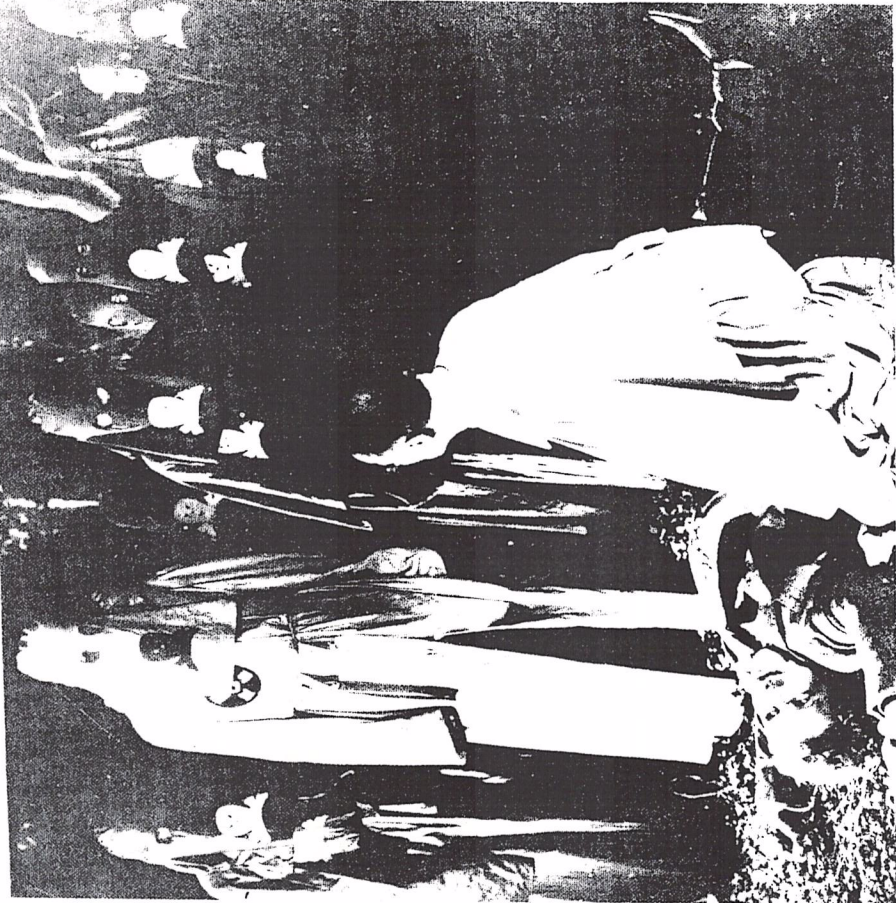
corrupta: os que são apunhados raramente são os verdadeiros criminosos, apenas seus assalariados. O inimigo real não mostra seu rosto, e consequentemente vai virando algo demoníaco, um “sistema” quase onipotente que só o povo pode esmagar. É uma imagem muito forte, mas é possível que o capitalismo ficasse exposto de modo mais eficiente se se mostrasse o sistema construído e mantido em conjunto por pessoas que, pelo menos superficialmente, se parecem com qualquer um.

O Triunfo da Vontade tem a mesma presença invisível dos “outros”. É como se esperássemos apenas por um sinal combinado do Führer de que o inimigo estava finalmente na arena, para que toda essa energia incrível fosse liberada e ele aniquilado. As centenas de milhares que estão marchando se manifestam contra o passado, contra Versailles e Weimar, contra a humilhação e a derrota da Alemanha. Mas sua presença é também um aviso e um desafio ao inimigo invisível.

O inimigo pode se aproximar sem nem sequer mostrar a face, e mesmo sem cara pode ser parte de uma caracterização, como no documentário alegórico de Humphrey Jennings sobre o massacre de Lidice, *The Silent Village*. Os habitantes da aldeia galesa ocupada têm ro, os humanos e vivas vozes, enquanto o inimigo só se expressa através de decretos em cartazes, comunicações por alto-falantes e fogo de metralhadora. São vozes mecânicas. Um carro com alto-falantes circula pela cidade rugindo ameaças e mais tarde anuncia os nomes dos condenados à morte. Os anúncios são precedidos de uma introdução musical, mas é um tipo de música sombria: a marcha fúnebre do “Götterdämmerung” (“Crepúsculo dos Deuses”) de Wagner.

Quando se trata de inimigo, a cautela parece ser essencial mesmo no cinema. A doutrinação tem mais sucesso quando há um elemento de excitação na apresentação; permite-se ao espectador fazer suas descobertas, tirar suas conclusões, ou pelo menos imaginar que é assim. Provavelmente não é uma boa ideia rotular o inimigo muito claramente – nem cedo demais. Esse pode cometer todo tipo de sujeira, mas cabe ao espectador, não ao filme, mostrar indignação. O adversário vital não é o filme, é a plateia.

Acontece, entretanto, que a máscara escorregue um pouco e o filme se revele. Os filmes nazistas raramente dão a impressão de terem



Cena representando a Ku-klux-klan no filme de Archie Mayo *A legião negra*.

juntado coisas ao acaso, e no mais perniciosos deles, *Der ewige Jude* (*O eterno judeu*), a própria falta de inibição parece friamente calculada. Ao mesmo tempo esse filme tem alguns momentos em que a terrível conferência (destinada a educar sua platéia para o genocídio) parece vacilar e vêm à luz emoções descontroladas. O filme descreve os judeus como uma borra, uma força inimiga, carregando toda a maldade do mundo - guerra, capitalismo, sexualidade e arte moderna. Fritz Hippler fala em seu comentário sobre o baixo padrão de higiene entre os judeus e a seguir fotografava uma parede

imunda cheia de moscas. Dificilmente poderíamos admitir que esse achado propagandístico tenha funcionado, e que as platéias alemãs tenham associado as pragas diretamente aos judeus. Mais tarde o tema reaparece mais explicitamente. É utilizado um mapa para mostrar a distribuição dos judeus no globo e depois a distribuição dos ratos marrons. Repelentes de ratos são seguidas por imagens de judeus; o comentário dá uma ênfase suplementar à ligação sugerida. É difícil acreditar que isso fosse eficiente como propaganda. Hippler não dá oportunidade à platéia de fazer suas

próprias descobertas e é como se tivesse proibido sua participação. Mesmo se tivesse meta-dicamente doutrinado provavelmente rejeitaria essa espécie de alimentação forçada. É possível que o diretor calculasse que o impacto das justaposições visuais e o completo descaramento da seqüência provocariam uma hesitação da platéia quanto a objeções contra a manipulação óbvia. Era para ficar ofuscado. Pode-se imaginar que o propagandista tenha aqui tirado a máscara sem notar, deixando que os verdadeiros sentimentos dele e dos colegas políticos aparecessem, descontrolados e sem censura.

Uma versão modificada dessa seqüência incrível reaparece em *Kornet i fare* (L. A. Soden *mente está em Perigo*, 1944), um documentário dinamarquês de oito minutos de Hagen Haselbalch. Trata ostensivamente de um inseto, *sitophilus granariae*, mas na realidade é uma sátira maliciosamente inteligente sobre o nazismo. O filme passou pelo censor alemão e foi exibido como curta-metragem nos cinemas dinamarqueses durante a guerra.

O ponto de partida é uma citação de Goebbels. No dia 3 de junho de 1943, o Ministro da Propaganda alemão disse num discurso no Palácio dos Esportes em Berlim: "Como o besouro Colorado que destrói, na verdade tem que destruir a colheita de batatas, os judeus também destroem as nações. Só há um remédio, é a eliminação radical do perigo."

A semente está em perigo descreve uma praga desses insetos, mas fica claro que não se trata de um quadro entomológico. O inseto parece asqueroso, e o comentário afirma que ninguém está a salvo de sua investida - eles forçam caminho por toda parte. (Vozes ecoam sombriamente: "Por toda parte, por toda parte.") Numa cozinha dinamarquesa, uma dona de casa mostra uma lata de pão formigando de bichinhos pretos, e depois os insetos são vistos se deslocando pelo mapa, exatamente como os judeus e os ratos em *O eterno judeu*. O tom do comentário é violento com um apaixonado apelo. Questões provocantes são colocadas: "Como podemos organizar a contra-ofensiva? Quem invertirá a corrente? Quem tomará a luta?" A última frase desse filme notável é: "Lembrem-se que as colheitas da Dinamarca estão em jogo." (O tom de voz implica que se trata da liberdade da Dinamarca.) Com sua zombaria dos alemães, *A semente está em perigo*

foi um corajoso ataque guerrilheiro contra um inimigo mais forte. Obviamente é discutível igualar homens e insetos. Isso entretanto era contra-propaganda direta utilizando o material do inimigo e os insetos não representavam os homens, as mulheres e as crianças da Alemanha, mas a máquina de guerra alemã, a ameaça nazista à Europa e ao mundo. Não é um caso de analogia e sim de metáfora.

Há exemplos menos honrosos de simbolismo animal. No filme inglês *The Planter's Wife* (*A Mulher do Colono*, 1952), os guerrilheiros comunistas na Malásia são comparados a cobras. Aqui o método de envilecimento traz também as sensações de desconforto (e insegurança) provocadas por esse tipo de inimigo. Os animais podem substituir as pessoas em contextos alegóricos como em *Animal Farm* (*A Revolução dos Bichos*, 1954), um desenho animado de John Halas e Joy Batchelor que satiriza o stalinismo baseado na famosa história de George Orwell. Os bichos podem também ajudar na identificação de amigos e inimigos. Filmes de ficção feitos durante a Segunda Guerra Mundial incluíam um sortimento de cães de aparência feroz para indicar a repugnância dos inimigos antes que ficasse demonstrada por suas ações. O maldoso prefeito polonês em *Heimkehr* (*A Volta*, 1941) de Gustav Ucicky parece com Lênin e está sempre acompanhado por uma dupla de cães que rosnam. Membros do Gestapo geralmente são retratados usando compridos e tesos casacos pretos, com cachorros negros ao lado, e geralmente chove, trovoadas e relampeia como acompanhamento.

Obviamente, o inimigo não pode ser representado como bom, mas pode começar aparentemente atraente e ir perdendo isso sistematicamente, seu disfarce ficando cada vez mais transparente até ficar finalmente exposta a maldade que suspeitamos nele. Em *Vsirecha na Elbe* (*L. Encontro no Elba*, 1949) de Grigori Alexandrov, o belo comandante russo Kuzmin tem uma namorada germano-americana. Seu relacionamento é conduzido à distância - ele tem o retrato dela no quarto e treina dizer "Eu amo" enquanto a rádio de Moscou toca a pedido "Amor pela pátria". Acontece que a moça tinha apenas um interesse falso e era uma fria agente americana, uma mulher dominadora que volta para os Estados Unidos sozinha num avião gigantesco. Não é um recheio muito convincente, mas dá uma clara impressão de que o inimigo capitalista é tão pouco es-

crupuloso que explora até os sentimentos nobres.

O inimigo, mesmo continuando inimigo, pode ser tratado com um certo respeito, como os oficiais republicanos em *L'Assiette dell'Alcazar*. Pode, como o Coronel Lemmering em *Der brinner en eld*, estar a meio no lado bom e aparecer como vítima lamentável das circunstâncias políticas. Pode ser uma personalidade vigorosa e complexa que conflui em categorias estritamente ordenadas. O coronel russo-branco pianista de *Chapayev* primeiro parece simpático e excelente soldado profissional. Em *Five Graves to Cairo* (*Os cinco segredos do Cairo*, 1943) de Billy Wilder, Erich von Stroheim faz o papel de um marechal alemão na guerra do deserto (obviamente Rommel, embora o nome nunca seja mencionado). É uma figura impressionante, um grande estrategista com um conhecimento inigualável da natureza humana, que é inevitavelmente enganado por pessoas mais simples. Apesar disso tem uma mente independente e um brilho de humor diferente por trás do monólito. Ambos esses personagens inimigos relativamente agradáveis são apresentados como prisioneiros de um sistema, mas isso também mostra a fraqueza deles; entendem sua situação mas são incapazes de escapar dela. Estão também do lado que perde. No caso de Stroheim nem chega a haver um problema real. Ele é antes de qualquer coisa e principalmente Erich von Stroheim, o homem que você adora odiar, que por isso pode ser levado inteiramente a sério. Embora geralmente fique demonstrado que o inimigo "bom" tem dias caros. O Coronel Borozdin em *Chapayev* toca a "Sonata ao Luar" no quartel, com os olhos semi-cerrados. Mas enquanto isso seu velho empregado, ocupado na arrumação do quarto, de repente vê na escritaninha a sentença de morte do irmão recém assinada. O tocar piano, que até então indicara cultura e sensibilidade, vira quase uma perversão. O marechal de campo de *Os cinco segredos do Cairo* é sem dúvida um humorista, mas sempre às custas dos outros.

no início é só entendimento e solicitude. Mais tarde esse é desmassacrado. Entre os comunistas em *Hans Westmar* há um idealista que se opõe às atividades terroristas do partido, defendendo métodos humanos. Depois de uma briga com a consciência, informa os nazistas do crime que seus amigos estavam para cometer. (Tentam forçar a entrada num hospital para linchar o herói ferido, mas são expulsos). No extradiário final, quando o Partido Nazista passa marchando pela Unter den Linden, um pequeno grupo de comunistas observa o imenso cortejo. Desafadamente eles levantam os punhos fechados - mesmo o bolchevista simpático. Entretanto, sua mão vai abrindo à medida que vagorosamente abaixa o braço, e então, com o mesmo vagar, como que arrebatado, ergue-o novamente na saudação hitlerista.

Os comunistas constituem o inimigo principal nos filmes feitos logo após a chegada de Hitler ao poder. Usam bonês pontudos e mantêm as mãos nos bolsos; os funcionários do Partido têm barbas pontiagudas e sujas gravatas de tipo boêmio. Mostra-se uma relação completamente dependente entre eles e Moscou. Em *Hans Westmar*, o secretário do grupo comunista anuncia que suas finanças não mal, mas o presidente o conhorta: não importa - "Moscou conhece seu dever". Mais tarde o alvo não é mais os comunistas no país (esses estão a salvo em Dachau) mas o perigo do comunismo internacional. É dado um certo destaque ao ateísmo soviético, por exemplo, em *Frietenor* (1935), sobre os alemães do Volga sob o chicote dos bolcheviques sem deus. *GPU* (1942), dirigido por Karl Ritter, sobre a polícia secreta russa e cheio de longas sombras, caras hipócritas, encontros conspirativos, massoras subterrâneas, microfones escondidos, máquimas diabólicas, sabotagem e assassínatos. As imagens familiares do terror naturalmente têm alguma base na realidade, mas no cinema elas ganham um ar de lugar-comum que funciona contra o pesadelo, e o resultado é involuntariamente cômico.

Quando o principal objetivo é o ódio, é possível que os documentários sejam mais adequados que a ficção; o espectador confiante pode encarar a descrição de uma realidade como a própria realidade. Mas os nazistas estavam geralmente ávidos demais para saturar suas platéias. A superdoutinação é exemplificada por um curta intitulado *Sowjetische Para-*

des (1.1. *O Paradoxo Soviético*), enviado para circular pelos países ocupados em 1942 com uma exposição itinerante chamada "*Europa gegen den Bolchevismus*" ("A Europa contra o bolchevismo"). Prega, com o mesmo agitado alento, o anti-semitismo e o anticomunismo. Exibe "câmaras de tortura da GPU" e fala dos "carros judeus". São retirados cadáveres da prisão de Lvov, e os ajudantes arrumam os corpos numa fileira com o acompanhamento do Largo de Haendel. O comentarista descreve as faces dos judeus como "degeneradas" e de "aparência assassina", afirmando finalmente que "essa é a verdadeira face do bolchevismo".

O Paradoxo Soviético dificilmente pode ter sido apreciado a não ser por fanáticos que já viviam num mundo de fantasia e nunca tinham tido dúvidas de quem era assassino e quem era vítima. No cinema, cadáveres nunca fornecem material convincente. Além disso, a não ser que a platéia sinta estar participando na solução do crime, raramente está inclinada a dar uma opinião. Os nazistas tinham produzido uma propaganda mais eficiente se tivessem sido melhores psicólogos - se não tivessem sido nazistas.

Os bolchevistas e os judeus aparecem como os maiores adversários dos nazistas; não são apenas teleguarnas pessoalmente como também representam ideias perigosas.

Os ingleses muitas vezes aparecem como inimigos nos filmes de Goebbels, mas a atitude em relação a eles parece um tanto incoerente. Em alguns filmes é quase generosa. Um piloto inglês capturado em *Pour le Mérite* (*Honra ao Mérito*, 1938) consegue escapar de modo leve-mente clandestino (por uma janela de banheiro) de seus guardas alemães, mas depois do fim da Primeira Guerra Mundial todos se encontram e as coisas ficam esclarecidas. Num filme de aviação da Segunda Guerra, *Esquadrão de Bombardeio Liitzow*, os ingleses são apresentados como formidáveis inimigos - pelo menos é uma honra especial derrubar um Spitfire.

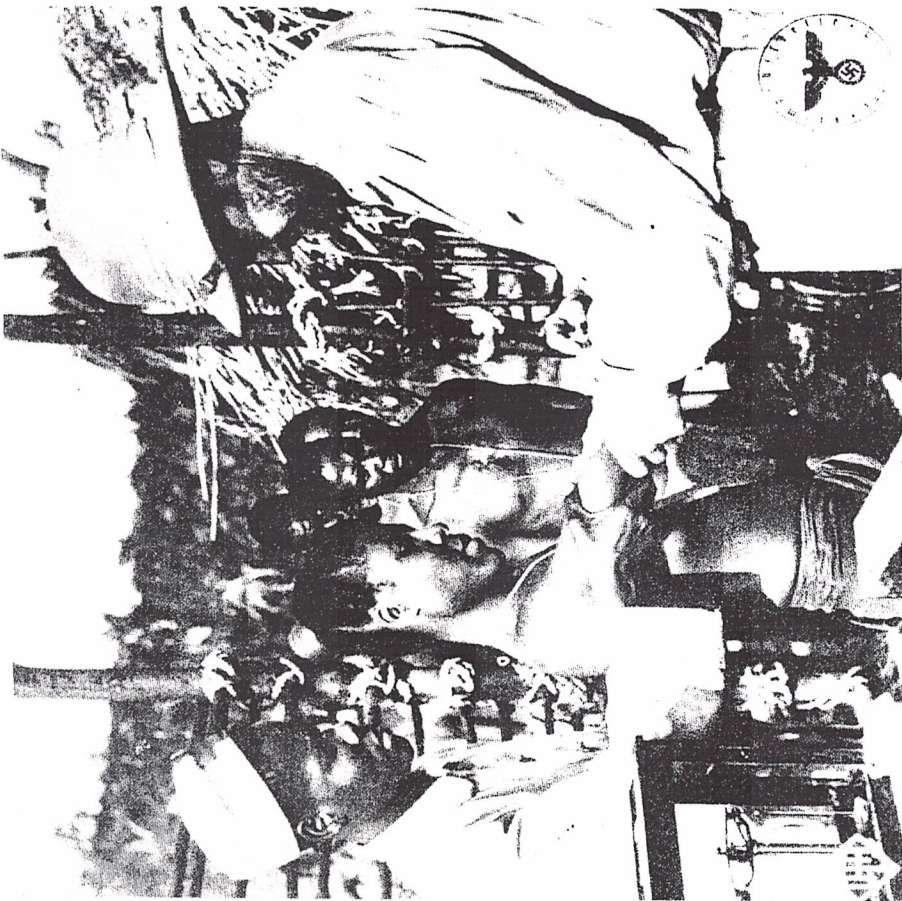
Com mais frequência, entretanto a Inglaterra é a "pefida Albion"; uma nação de comerciantes que so perdem em desonestidade para os judeus. Em *Die Rothschilds*, a ênfase é principalmente sobre os judeus, mas rouba-se dos ingleses a glória de ter vencido em Waterloo (foi a vitória de Blücher), e no final da fita o diretor, Erich Waschneck, faz uma entãtica advertência. É o ano 1940 e a família Rothschild

já deixou a Europa, mas, diz o letrero final, estamos continuando a guerra contra seus aliados, "os plutocratas ingleses".

Os ingleses são capitalistas e imperialistas.

Estivaram pequenas nações corajosas como os poers em *Ohm Krüger* e os irlandeses em dois filmes de Max W. Kimmich *Der Fichtelberg* (*Glennaron* (1.1. *As raposas de Glennaron*, 1940) e *Mein Leben für Irland* (1.1. *Minha vida pela Irlanda*, 1941). Fazem a guerra contra os civis e consistem campos de concentração (*Ohm Krüger*). Inibem o progresso científico em *Germania* (1943) de Kimmich e impedem a Alemanha de estabelecer colônias em *Carl Peters* (1941) de Herbert Selpm. Em *Titanic* (1942), um notável filme de Herbert Selpm, primeiro é apresentada uma complicada teia de especulações na Bolsa e intrigas capitalistas, a seguir a cri-minosa aceleração do novo navio na esperança de ganhar a Fita Azul do Atlântico, e depois a catástrofe. O armador inglês, Sir Bruce Ismay, pressiona impiedosamente o nervoso comandante, e se comporta de modo quase inumano quando o navio está afundando. Mas ele é salvo durante o inquérito, lança a culpa da tragédia no comandante que afundou com o navio. A única pessoa a bordo que não fecha os olhos para o perigo e para a responsabilidade é o piloto, um clarividente alemão. O fato de que Ismay não tenha que prestar contas de suas ações simplesmente é típico da justiça inglesa. *Titanic* estigmatiza a Inglaterra como uma corrupta sociedade de classes, onde a injustiça é lei e a riqueza absoluta de responsabilidades legais e sociais. O filme de Selpm foi relançado na Alemanha Ocidental em 1950 mas retirado de cartaz depois que as autoridades inglesas de ocupação representaram contra. Aparentemente uma versão reeditada foi mais tarde usada na Alemanha Oriental como propaganda antiecapitalista.

A França era também um estado capitalista e uma potência colonial, mas parece ter sido completamente ignorada pela propaganda alemã. Em *Sieg im Westen* (*Vitória a Oeste*), que termina com a derrota da França, há apenas umas poucas alusões irônicas à impenetrabilidade da Linha Maginot (pinçadas de um filme que incluía a Marselhesa, o Arco do Triunfo, e as palavras "Somos mais fortes"). Imagens e comentário discretamente sugerem que os franceses eram lamentavelmente organizados e inferiores como soldados. Os prisioneiros des-



Germania, outro filme alemão antibritânico.

filam frente à camera, e entre eles tropas coloniais, e numa seqüência muito destacada alguns negros fazem uma cena curiosa, com mímicas e dança. Ficamos conscientes das implicações do fato dos franceses usarem outros para lutar na guerra deles e que sua frivolidade bem conhecida marcou também seu esforço militar. Mas a seqüência pode também ser vista como uma extravagante ilustração da tese do Hitler em "Mein Kampf" de que os franceses, uma nação moribunda, estavam desenvolvendo características negróides.

Diferentemente dos filmes stalinistas, os nazistas virtualmente não têm caricaturas de go-

vernantes contemporâneos e líderes políticos. Lord Kitchener e Cecil Rhodes são apresentados como maus e incrivelmente hipócritas em *Olm Krüger*, e o brutal comandante do campo foi escolhido de modo a representar Winston Churchill. Mas isso está longe dos acontecimentos correntes que são descritos.

(b) Não houve tempo suficiente para que a máquina de propaganda construísse um sistema completo de associações e atitudes em relação aos Estados Unidos. Em seus discursos Hitler esbravejava contra Roosevelt e os judeus plutocratas seus conselheiros. Parece ter havi-

do a mesma obscura mistura de anti-semitismo e anticapitalismo num curto de propaganda intitulado *Herr Roosevelt pläudert (A conversa de Roosevelt, 1942)*.

Alguns dos filmes americanos mais interessantes sobre a Alemanha e os alemães foram feitos por emigrantes da Europa Central. Fred Zinnemann, que quando jovem participara da realização de *Menschen am Sonntag (Gente aos domingos, 1929)*, dirigiu *The Seventh Cross (A sétima cruz, 1944)* baseado num romance de Anna Seghers. É um filme bastante singular, e com uma melancolia que quase chega ao desespero, sobre alemães ruins (um membro da Gestapo é apresentado como "um bom alemão, coração duro, mecânico, cruel"), e sobre os poucos generosos que arriscam a vida para esconder um homem fugido de um campo de concentração. É sobre uma Alemanha onde quase todo mundo é culpado, onde os que não tomaram parte na caçada mesmo assim evitam o fugitivo. Zinnemann transmite habilmente a sensação de claustrofobia inevitável em tal sociedade e as subterráneas correntes de terror por trás da cega obediência.

The Seventh Cross é um filme sério, discreto, ainda que também estranhamente vago. Demonstra a existência de uma resistência organizada, mas parece acentuar, ao mesmo tempo a culpa coletiva alemã. Os habitantes de Mainz, onde George Heisler (Spencer Tracy) tenta achar um lugar para se esconder, falam abertamente do campo de concentração, Westhofen, onde foram colocadas sete cruzes correspondendo a sete internos que escaparam. Deve ter havido uma discussão candente em 1944 sobre alemães pelos malfeitos nazistas depois do fim da guerra, mas não é possível ter certeza se a atitude de Zinnemann (e de Anna Seghers) ficaram claras para as platéias americanas. Apesar de sua severidade, o filme é muito contido e sua caçada humana parece muitas vezes quase um sonho. Há limitez mesmo na caracterização dos poucos que corajosamente seguem as determinações de suas consciências. Heisler pode ser identificado como um combatente socialista (ou talvez comunista) da época anterior a 1933, o mesmo para os dois homens que o ajudam. Isso nunca é afirmado, mas é (ou parece ser) vagamente sugerido, o que pode ser compreensivo: proletários conscientes nunca foram comuns em filmes da MGM. Assim esse

belo filme fica infelizmente entre a história realista e a lenda. As cenas no interior do campo de concentração são envolvidas em nevoeiro, elas têm uma atmosfera de isolamento de noite e névoa, com figuras sombrias e sons de uivos de cães. Era um modo de dizer que se tratava de um mundo irracional, um pesadelo dentro da realidade, mas ao mesmo tempo a névoa sugere uma distância que não pode ser vencida pela emoção ou simpatia. Aborrece a testemunha pela impossibilidade de contacto.

Três anos antes um outro emigrado, Fritz Lang, havia dirigido um *thriller* político, *Man Hunt (Caçada Humana)*. Começava no coração da Alemanha de Hitler, em Berchtesgaden, e aqui também estávamos vendo a Alemanha através da névoa. *Hängen! Also Die (Os caravacos também morrem, 1943)*, um filme sobre o assassinato de Heydrich, apesar de alguns áperos diálogos de Brecht, era igualmente evasivo. Estava repleto de ecos dos filmes de *gangster* americanos e do que Agee chama "o estilo cinematográfico alemão da Altura Média", cheio de sombras e obscuridades. O nevoeiro era um resultado da distância. Inicialmente o nazismo era no cinema uma espécie de história de horror. Mais tarde, quando foi necessário torná-lo compreensível para o público americano, foi descrito como uma espécie de sub-mundo e o Partido Nazista apresentado como uma organização de *gangsters*. Para isso já existia uma forma pronta, que bastava ser adaptada. Muita coisa se adequava a esse modelo, mas o próprio Hitler era muito estranho para ser incorporado à qualquer tradição americana. *The Hitler Gang (A gang de Hitler, 1944)*, que mostrava a ascensão do Führer e de seus apóstolos ao poder absoluto e sua queda subsequente em termos de uma história de *gangster* muito especial, parecia constantemente em perigo de se perder por suas ambições psicológicas.

Durante os anos de guerra, mesmo o Pato Donald teve pesadelos com o nazismo, que apareceram em *Der Fuehrer Face (A cara do Fuehrer, 1942)*. Era fácil à imaginação se preocupar com Hitler, por causa da aparente inércia da imagem - o terrível poder absoluto e a aparência risível. A uma certa distância, o diador só podia ser irreal ou cômico. Em *Man Hunt*, somente o vemos de relance por um segundo, centrado na mira telescópica, mas Fritz Lang ainda consegue dar-lhe uma mágica pre-

sença na fita. Essa era "a autêntica versão de Hitler em conto de fadas", escreve Parker Tyler, "um tirano na inocêvel tradição". Ignorando a magia de Hitler, é possível vê-lo como uma estátua de cera ou um grotesco boneco. (Tyler considera *O Grande Ditador* de Chaplin como um teatro de marionetes representando diadores.) Encantar Hitler dessa maneira – algo que podia ser feito com segurança nos Estados Unidos – era um modo de desarmá-lo, de tornar o super-homem menor que um homem. Pela quebra de seu feito, é possível se vingar simplesmente destacando o ridículo desse comediante que abalou o mundo. Há uma variante extrema mas divertida dessa atitude num filme pornográfico feito nos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial, descrito pela revista "Playboy". O personagem principal de *Sweatika in the Hole* (l. *A suástica na cová*) é um homem de uniforme nazista e com uma máscara de borracha de Hitler que está sendo seduzido por uma mulher de cabelos negros. À medida que ele tira a roupa, ela nota uma suástica em sua roupa de baixo. "Hitler" não consegue satisfazer a mulher, e quando ela ridiculariza o senhor da raça de senhores pelo fracasso, ele se suicida. A moça arranca a suástica da cueca dele e esfrega na vagina.

Em geral, a atitude dos cinemas soviético e americano em relação ao outro país é determinada pela situação política. Os russos flutuam entre a desumanidade e a amabilidade. No filme de Norman Jewison *The Russians Are Coming, the Russians Are Coming* (*Os russos estão chegando*, 1966), eles são levados amigavelmente e compreendidos sem dificuldade pelos americanos uma vez superada a estranheza inicial. No russo *Nodnoy planete* (l. *No mesmo planeta*, 1965), em relação aos americanos é possível, pelo menos, ter confiança, e os Estados Unidos são um país com o qual Lenin queria comemorar. O adido militar americano é crítico e refinado mas admira Lenin; ambos são "idealistas".

Depois da Segunda Guerra Mundial, a UNESCO iniciou um projeto ambicioso de examinar as diferenças internacionais. Um dos resultados foi o estudo de Siegfried Kracauer, "Tipos Nacionais: tal como A Apresentados por Hollywood", que na verdade só aborda o tratamento dos ingleses e dos russos nos filmes americanos, e talvez seja exagerado considera-



Pato Donald tendo pesadelos sobre o nazismo.

lo uma análise em profundidade. Entretanto, destaca a política coerente da indústria cinematográfica americana de seguir as atitudes políticas oficiais. Ao mesmo tempo Kracauer argumenta que independentemente de sua disposição, esses filmes utilizam convenções que não são afetadas pelas mudanças no clima político. Consequentemente personagens e situações são amplamente intercambiáveis: *Confessions of a Nazi Spy* (*Confissões de um espião nazista*, 1939) de Anatole Litvak, um dos primeiros filmes americanos a atacar o nazismo,



O grande ditador interpretado pelo grande Chaplin.

na sua opinião é virtualmente o mesmo filme que *The Iron Curtain* (*A Cortina de Ferro*, 1948) de William Wellman, um dos pioneiros da Guerra Fria no cinema (ambos os argumentos foram escritos pela mesma pessoa).

Nos filmes americanos da Guerra Fria o inimigo é tipificado pelo intelectual comunista. Esse se apresenta pelo intelectual comunista *Man on a String* ou incruvelmente cinco pronto a sacrificar mesmo seu próprio povo (*Big Jim McLain*, *Triad* (*A fúria dos justos*, 1955) de Mark Robson inclui uma caricatura assim com Barney Castle, um advogado criminal e político de esquerda, inteligente mas absolutamente sem escrúpulos. Embora tenha um certo en-

canto, é inteiramente fútil e empedernido. Outra versão desse personagem aparece em *High Treason* (l. *Alla Traição*, 1951) de Roy Boulting. Aqui o intelectual é membro do Parlamento pelo Partido do Progresso do Povo, um personagem aristocrático e quase desafiadoramente elegante que confia a polícia seu desejo de poder e sua crença no direito da força. Assim um personagem esquerdista é dotado de opiniões fascistas.

Nos filmes da década de sessenta o inimigo era muitas vezes um asiático, e, como nos filmes de James Bond, de uma indeterminada cor amarela – simplesmente oriental. Nessa área há um monte de clichês disponíveis, e não há

Angel Chavez FENSE FUND



Glenn Ford (direita), no filme de Mark Robson: *A fúria dos Justos*.

nenhuma razão para pensar que não seriam novamente utilizados, desde que aparecesse uma oportunidade para o patriotismo. Os clichês sobre os asiáticos se baseiam no tratamento dado aos japoneses nos filmes da Segunda Guerra Mundial ou aos chineses e coreanos durante a Guerra da Coreia. São bastante anônimos e por isso não podem despertar empatia. Raramente vemos seus rostos. São reunidos em alguma parte da selva, gesticulando e gritando até ser atingidos pelo bombardeio naval. Emitem gritos estridentes, ficam emboscados e

escondidos em tocas como animais, até que os lança-chamas são trazidos para tratar deles. Joseph Anderson e Donald Richie (citando uma pesquisa feita pela antropóloga Ruth Benedict) informam que os próprios japoneses produziram alguns filmes de propaganda relativamente sofisticada concentrados na bravura de seus soldados na batalha mais do que na brutalidade do inimigo – que eram orientais corrompidos pelo Ocidente, não o próprio povo do Ocidente. Diz-se que Frank Capra expressou admiração por esses filmes.

O cinema russo também tinha seus próprios valores já prontos e estereótipos humanos, alguns dos quais seguem as mudanças na sociedade soviética. Mais interessantes do que as clássicas caricaturas dos capitalistas e dos imperialistas em geral ou de Winston Churchill em particular, são as da oposição russa – elementos burgueses e kulaques, mencheviques e socialistas revolucionários, Kerensky e Trotsky. Uma perfeita apreciação exige um sólido conhecimento da política russa de 1905 em diante. Sem isso, essas figuras com olhares penetrantes, cabelos oleosos, vozes queixosas e movimentos bruscos são apenas grotescas. São formas humanas separadas de qualquer realidade e reduzidas a típicos modelos de traição.

São caricaturas traçadas tão cruamente de modo a não deixar nenhum traço ambíguo. Trotsky é despido de seu magnetismo. Sua importância nos primeiros anos da revolução, sua contribuição decisiva ou (de um ponto de vista stalinista) sua monumental traição, ficam totalmente incompreensíveis, mas evidentemente o objetivo vital desses filmes é torná-lo um fraco repugnante. Trotsky e outros menos importantes da mesma espécie são culpados das dificuldades da sociedade; sua sabotagem do Estado socialista emergente manteve o povo a essa distância tão grande do paraíso comunista.

Zemlya (A Terra) de Dovjenko é um filme impressionantemente bonito, mas mesmo assim contém inimigos, que ficam ainda mais terríveis neste contexto cálido e vital – eles incendeiam e assassina; seus cabelos caem sobre os olhos; suam um bocado e fazem exageradas exhibições de ansiedade ou remorso. Há algo errado com sua caracterização, uma discrepância entre expressão e sentimento, alguma coisa estranha em seus olhos. Falta-lhes dignidade. Dovjenko nos mostra o inimigo de classe, o assassino que se arrasta estranhamente pelo campo da câmera até que finalmente é visto no horizonte no canto direito embaixo no enquadramento, completamente só e não maior do que um inseto. Saímos diretamente do inimigo do povo para o povo, “dele”, para “nós”. É o enterro do herói, e o enquadramento é tomado por gente cheia de vivacidade. O inimigo é quase invisível, e não pode funcionar eficientemente como inimigo se se torna totalmente visível, se fica próximo a nós, e podemos ver nosso reflexo nos olhos dele.

Defesa Psicológica

Há uma crença muito espalhada de que a propaganda significa nada menos que a arte da persuasão, um conjunto de métodos para fazer com que as pessoas queiram coisas, para influenciar opiniões, e para mudar atitudes ou idéias. Há uma suspeita popular de que o cinema pode explorar ilimitadas reservas nesse sentido. Ocasionalmente os teatros são iguailados pelas esperanças: diz-se que o Presidente Wilson expressou a opinião de que o cinema tornaria impossível haver guerras. A literatura sobre a psicologia social do cinema e sua influência não oferece muita base para tais idéias sobre o poder do cinema. O homem tem uma notável resistência para atitudes que entrem em conflito com a sua própria. A propaganda cinematográfica fica circunscrita por considerações puramente práticas que geralmente evitam que atinja os não convertidos e tente abalar o inimigo de seu interior. A censura geralmente se torna mais rígida em épocas de crise política, mesmo nos países neutros, e conseqüentemente a propaganda nacional pesada é dirigida a plateias que já estão emocionalmente sintonizadas com a mensagem que está sendo pregada.

Estamos muito inclinados a encarar a propaganda apenas em termos da psicologia de conversão. Provavelmente deveríamos, ao menos no contexto do cinema, falar com mais frequência sobre edificação do que sobre conversão e sobre esforço de defesa psicológica e não ataque psicológico.

Um dos mais fascinantes mecanismos de defesa psicológica é a *projeção*, nossa tendência para atribuir a outras pessoas pensamentos anímicos, sentimentos e ações que não queremos admitir como nossos. Há um exemplo particularmente esclarecedor desse tipo de autodefesa em *Ohm Krüger*, em que a propaganda antinglês culmina numa espetacular descrição de como os ingleses tentam minar a moral dos boers aprisionando mulheres e crianças atrás de cercas de arame farpado até que morram de tifo e inanição, observadas por guardas sádicos. Os ingleses realmente fizeram



O general do diabo, filme alemão de Helmut Käutner (1954).

os campos de concentração com o propósito de desmoralizar os boers, mas o caso aqui é que a acusação foi feita num filme nazista em 1941. *Olm Krüger* foi uma maliciosa presidência moral destinada a tranquilizar as consciências na situação da época.

No mesmo ano um exemplo elaborado de projeção propagandística pode ser encontrado em *Heinkehr* (A Volta) de Gustav Ucicky, que também é notável por sua unidade temática. E sobre a minoria alemã na Polónia em 1939 e acusa os poloneses de tratar os alemães com a

mesma violência que os nazistas usavam contra os poloneses e outros.

Heinkehr começa calmamente com o fechamento de uma escola de língua alemã pelas autoridades polonesas. A sensação de ofendido é gradualmente intensificada numa cena em que um grupo de alemães tenta se opor à decisão mas são atirada e brutalmente expulsos pelo prefeito. A parte seguinte mobiliza todas as reservas de identificação da plateia utilizando o cenário de um cinema – o espectador se encontra exatamente na mesma situação que os principais personagens do filme, assistindo a um jor-

nal da tela sobre armamento polonês (contra a Alemanha). Quando a plateia no filme se levanta numa exaltação chovinista cantando o hino nacional polonês, os alemães também ficam em pé, mas se recusam a aderir sendo quase linchados pela excitada multidão polonesa. Um dos alemães morre dos ferimentos depois que lhe é recusado cuidado médico, e o tema do ódio segue numa escala constante com uma sádica perseguição despenhada por crianças polonesas, e uma esmagadora sentença em que uma jovem alemã é violada e apedrejada até a morte por querer proteger a virtude e também porque está escondendo um cordeão com uma suástica no seio. O terror polonês e a inclinação de Ucicky ao ódio atingem o clímax quando membros da minoria alemã são punidos por terem escutado escondido um dos discursos de Hitler pelo rádio. São amontoados numa cela de prisão onde serão atogados. Nesse momento vem a libertação: os alemães atacam a Polónia.

Não é simplesmente uma projeção mas ilustra um outro mecanismo de defesa – *racionalização*. *Heinkehr* estava oferecendo uma justificação retrospectiva, tanto emocional como moral para o ataque alemão de 1939. (Deve-se observar que a primeira sentença de morte por ouvir emissoras inimigas foi dada na Alemanha dois meses antes da primeira exibição do filme.)

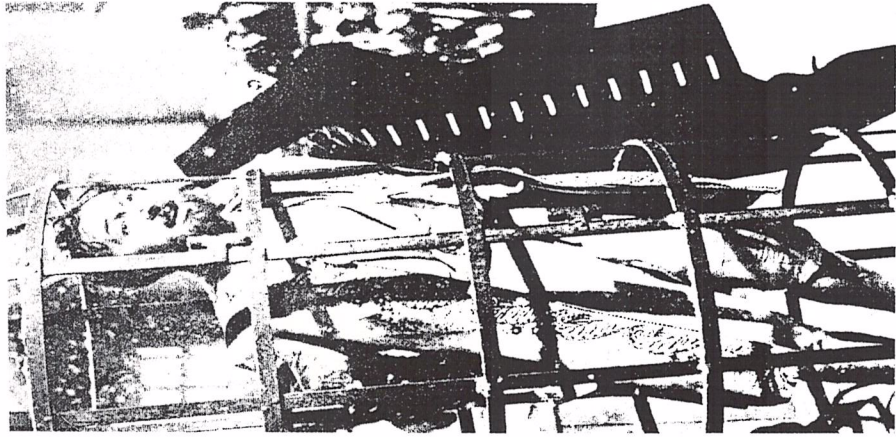
Heinkehr não foi a primeira argumentação do tipo a se basar na racionalização. A máquina de propaganda alemã vinha batendo nessa tecla desde o primeiro discurso de Hitler sobre as "intoleráveis provocações polonesas", e essas foram cuidadosamente gravadas para a tela num documentário descrevendo a versão alemã do irrompimento da guerra. *Feldzug in Polen* (A Campanha da Polónia). Seu diretor foi o Reichsfilmintendant Fritz Hippler, cujo *Der ewige Jude* deve também ter dependido parcialmente de um processo de racionalização.

As análises da psicologia da propaganda anti-semita normalmente se concentram na ideia do bode expiatório, mas a racionalização é também considerável. O ódio aos judeus na Alemanha nazista em 1940 parece ter envolvido muitos alemães numa crise de consciência, que estivessem cientes disso ou não. Os que não conseguiram achar nenhuma justificativa racional ou emocional para perseguir os judeus devem ter ficado perturbados e muitos podem ter simplesmente sentido a necessidade de ar-

gumentos emocionais para justificar o anti-semitismo que a sociedade exigia. *Der ewige Jude*, *Jud Süx* e *Die Rothschilds* estavam ali para fornecer a racionalização para o iminente assassinato em massa.

Embora os exemplos mais dramáticos venham do cinema nazista alemão do início dos anos quarenta, obviamente nem a projeção nem a racionalização são suas prerrogativas. Necessidades similares existem em qualquer nação lutando por valores ideológicos. Filmes anticomunistas de países capitalistas se esmeram em usar uma técnica de projeção direta utilizando milionários e grandes industriais, banqueiros e gente com preconceito contra negros, para representar o inimigo. Em filmes como *Big Jim McLain*, *Blood Alley*, *Estrada sangrenta* e *Man on a String*, os comunistas são trapaceiros extremamente ricos que chamam os parceiros de camarada, e a livre empresa é representada por sujeitos pobres que dão duro, em *Ninotchka* o encantador portavoz do mundo capitalista é mais pobre que seu criado.

Depois da metade da década de cinquenta, a indústria cinematográfica da Alemanha Ocidental começou a pegar assuntos da era nazista com um crescente senso de compromisso. Não eram filmes de crítica ou exames de consciência, pareciam mais confortadoras novas versões da história, em que todos os alemães haviam sido bons antinazistas, de modo que a pecha pela culpa dos crimes nazistas era totalmente atribuída a uns poucos psicopatas influentes que haviam sido afastados para sempre; a honra profissional dos militares e a decência dos cidadãos comuns eram apresentadas como não tendo nada que ver com a política. A reabilitação do chefe da espionagem Canaris em *Canaris* (1954), o filme de Helmut Käutner sobre o oficial da força aérea Udet (*Des Teufels General* – *O General do Diabo*, 1954), a série burlesca de Paul May sobre *08/15* (1954-5) e *Es geschah am 20 Juli* (*Aconteceu no dia 20 de julho*, 1955) de G. W. Pabst estão entre os filmes que ofereceram às plateias alemãs racionalizações morais e militares. Esses filmes quase sempre são ambientados num meio militar durante a fase final da guerra, e transmitem a impressão de que os soldados alemães – principalmente os oficiais – eram todos homens honrados que não deviam ser culpados nem dos crimes nem do resultado catastrófico da guerra. Foi Hitler e os outros lunáticos que perduraram a guerra



A execução do judeu Suss.

ção cinematográfica tenta fornecer à platéia o que essa quer, não surpreende mais que o esforço resulte com tanta frequência no modelo improvável dos nobres e atraentes heróis que "nos" representam e dos vilões portando todos os símbolos da maldade do lado "deles". A propaganda satisfaz nossos desejos morais ou políticos e a credibilidade não é característica do pensamento votivo (*Wishful thinking*).

Se, entretanto, os crentes acham a mensagem convincente, isso é compreensível, porque eles podem se alegrar com a visão do herói na tela defendendo valores que compartilham.

para a Alemanha. Versão semelhante seria vista mais ou menos na mesma época nas telas de cinema de outros países membros da OTAN como os Estados Unidos e a Inglaterra. É tranquilizador sentir que os amigos e os aliados têm um passado honrado.

O outro lado naturalmente tem uma visão diferente da história. Na República Democrática Alemã apareceu nos anos cinquenta um tipo de "filme de documentação" acusando a Alemanha Ocidental, de maneira inteligente, sofisticada, de ter herdado o legado do fascismo do Reich de Hitler. Os primeiros expoentes do gênero, Annelie e Andrew Thorndike, produziram *Unternehmen Teutonenschwert* (*Operação Espada Teutônica*, 1958), que examinava o passado do General Speidel e terminava perguntando: "Isso foi o que o general de Hitler, Doutor Speidel, fez com armas convencionais; o que não conseguiria o general da OTAN, Doutor Speidel, com armas nucleares?" Utilizando métodos semelhantes Walter Heynowski atacou o Secretário de Estado de Adenauer, Dr. Hans Globke, no brilhante *Aktion J* (1961). So *macht man Kanzler* (1961) de Joachim Hellwig e *Unbändiges Spain* (*Invincível Espanha*, 1962) de Kurt e Leanne Sier, apresentaram outros paralelos entre o governo de Adenauer e o de Hitler. Em todos os filmes havia uma ênfase artificial e altiva sobre as ligações com a alta finança na Alemanha Ocidental, que continuava o modelo do Grande Reich, e também a falta de escrúpulos do regime de Bonn ao confraternizar com antigos nazistas.

A mesma acusação era costumeira no cinema de propaganda das duas grandes potências na Guerra Fria. A propaganda ocidental tentava ligar ex-nazistas com a oficialidade nos países da Cortina de Ferro e com a espionagem comunista. Nos países da Europa Oriental os ex-membros das SS não precisavam de nenhuma adaptação para continuar seu trabalho anterior - para as autoridades americanas. Essas acusações se tornaram monótonas e bobas, mas o quase ritualístico preto-e-branco da propaganda padronizada funciona ao nível da liturgia - não para converter imagens mas para encorajar os fiéis.

Se deixarmos de encarar a propaganda apenas como uma tentativa de conversão e nos convenceremos de que, mesmo nesse caso, a fic-

isso ainda o torna mais atraente, e as atitudes são reforçadas por serem defendidas por tão esplêndida figura. Mergulhados nesse círculo de simpatias nós como platéia podemos até imaginar que o filme nos forneceu algo sobre o que pensar, quando não fez mais que acalantar nossos comportamentos e idéias. O cinema pode ajudar nossa auto-ilusão disfarçando nuances preconcebidas como objetividade. Os créditos muitas vezes mencionam um acontecimento autêntico no qual o filme se baseou; seqüências de documentário são incluídas na ação; faz-se com que os inimigos expressem seus diabólicos objetivos. Há um personagem particularmente importante no elenco do cinema de propaganda cujo testemunho valioso é geralmente convocado para confirmar nossas suspeitas. É a pessoa que abandonou o outro lado depois de conhecê-lo bem e geralmente é uma figura de grande dignidade e alto padrão moral, cujo epitome é o trágico e nobre oficial alemão em *The Life and Death of Colonel Blimp* (*A vida e a morte do coronel Blimp*), desempenhado, por precaução, por um exilado alemão (Anton Walbrook) de modo que suas opiniões sobre a Alemanha nazista pareçam particularmente autorizadas.

A imagem da realidade nos filmes de propaganda é amplamente determinada pelo nível das idéias preconcebidas da platéia. A ênfase dada ao sofrimento do "nosso" lado pode parecer um tanto estranha, mas é o produto de uma cultura em que o bem é geralmente associado com sofrimento. A mística do sacrifício se torna uma necessidade em épocas de guerra. O sofrimento também fica como a antítese da violência, o sinal mais revelador para se reconhecer o mal. Entretanto, aqui há também um pequeno problema já que a violência é sinal de força. O sofrimento provoca a indignação, que é a pedra angular de qualquer propaganda. Mas é sempre o lado mais fraco que atrai tais sentimentos os quais entretanto entram em choque com a necessidade de parecer o mais forte. Por isso, mulheres, crianças e velhos fornecem as vítimas convenientes, cujo desamparo nunca pode ser racionalizado, na mente do espectador, em fraqueza política ou militar.

Ao mesmo tempo a indignação serve para legitimar a violência do "nosso" lado. Podemos portanto expandir a meta da racionalização política quase infundavelmente. Dificilmente constituiria um exagero afirmar que a

indignação em propaganda sempre serviu ao propósito de racionalização, ajudando, com ritual assíduidade, a reforçar os motivos emocionais, ideológicos, higiênicos, humanitários e éticos para considerar um inimigo como tal.

Apesar disso, tem se destinado métodos engenhosos a reduzir ainda mais o risco de sentimentos de culpa por parte da platéia provenientes da violência. Nossos rapazes são tão corajosos e incorruptíveis que o inimigo tem que desenvolver métodos de tortura cada vez mais bárbaros mas sem conseguir obter qualquer informação além do nome, número e graduação. Mas quando, por exemplo em *Sahara* (1943) de Zoltan Korda, nossos rapazes estão a ponto de utilizar a força em seus prisioneiros os covardes despejam tudo imediatamente. Não há necessidade de maiores brutalidades e a moralidade de nossos heróis não fica manchada. (Frequentemente impressiona quão ingenuamente os modelos básicos da propaganda coexistem.) No mesmo filme há uma outra elaborada variação na racionalização da violência, talvez a mais comum. Quando o líder inimigo simplesmente tem que ser morto, por razões de conspiração e de manipulação da platéia, por alguém do nosso lado, o assassinato é cometido por um sudanês numa explosão de ódio cego: a violência do lado bom é perpetrada exclusivamente por indivíduos que são aliados certos mas que de algum modo não são a mesma coisa que nós. Não precisamos encará-los como nossos representantes.

Muitas vezes é importante satisfazer impulsos "proibidos" na platéia transferindo-os para personagens secundários no filme. *Mrs. Miniver* (*A Rosa de Esperança*, 1942) de William Wyler foi feito como uma homenagem aos corajosos ingleses mas tinha o propósito adicional de inspirar os americanos para a luta. Por isso, devia ser expresso de algum modo o entusiasmo pela guerra e o ódio aos alemães, mas emoções tão primitivas não podiam ser atribuídas aos Miniver adultos. Seu garoto entretanto tinha a bondade instintiva e a pureza da inocência mas também sua franqueza, e podia externar abertamente ambos os sentimentos.

É interessante que os propagandistas utilizem a indignação de um modo que parece paradoxal. O objetivo imediato da indignação é estimular a agressividade do espectador, mas na suposição de que o propósito principal da



Gary Cooper, herói do filme de Howard Hawks, *O sargento York* (1941).

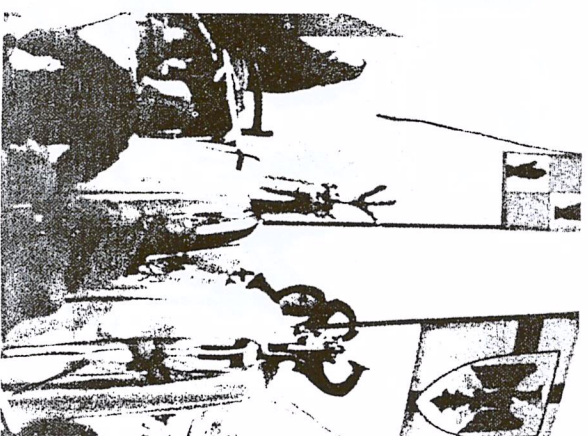
propaganda é conseguir novos simpatizantes ou inspirar agressividade contra o inimigo, o cinema de propaganda deve, em teoria, parar tão logo tenha conseguido a requerida indignação. É surpreendentemente raro, entretanto, que a plateia mantenha uma sensação de afronta uma vez terminado o filme. Os sentimentos agressivos são satisfeitos com o desenvolvimento da intriga, em que funcionam a justiça e a vingança. A força da indignação contida é contrabalançada por descarregas agradavelmente violentas de agressividade.

Em épocas de guerra, a propaganda no cinema se volta primeiro para a frente interna, onde não se travam batalhas mas há uma necessidade definida de agressividade. Isso é satisfeito forreando na tela objetos legítimos e concretos para odiar. Quaisquer sentimentos de culpa latentes são diluídos pela indignação que justifica o ódio. Finalmente, a equanimidade e o equilíbrio da plateia são restabelecidos pela execução rítmica de atos de violência que ela gostaria de ver cometidos contra o objeto de ódio.

Essa forma nos mecanismos psicológicos da propaganda é mais clara em filmes sobre colaboracionistas, renegados e vira-casacas, cujos destinos são tão horríveis que inspirariam compaixão numa plateia que não estivesse totalmente comprometida por antecipação. Somente plateias já repletas de ódio podem apreciar a situação kármica de *Os carrissos também morrem* (1943) em que o informante quase entloquece enquanto a Resistência vai manipulando as provas para apontá-lo como o assassino de Heydrich. O mesmo é verdade para *Night People/Sombras da Noite*, 1954, em que o agente duplo Anta Björk é despachado anestasiado por Gregory Peck para as autoridades da Alemanha Oriental que provavelmente retribuirão brutalmente. No nazista *Traitor Paul Dahlke* é destinado a cair num pantano e sufoca lentamente. Nesse e em muitos outros filmes, o destino age como um superego para os corações doces: sempre do lado da justiça, pune os errados. Pendurar o judeu no fim de *Juden Süss* de Veit Harlan pode ter sido, em termos da propaganda tradicional, um erro psicológico, pois a situação parece provocar compaixão por Süss em vez de antipatia. Mas uma plateia que já havia escolhido os judeus como bodes expiatórios por sua frustração nacional, podia encerrar a execução como ato simbólico, e apreciá-lo como vingança. O final do filme foi descrito por um crítico contemporâneo alemão como "um alegre crescendo".

O ódio ao inimigo nem sempre tem que encontrar uma expressão violenta para convocar a plateia. Não é para convencer ninguém de nada que *Action in the North Atlantic/Ação no Atlântico Norte* tem uma cena em que Alan Hale, entrevistado como porta-voz da tripulação americana de um submarino atingido pelos alemães, pede enviar uma saudação especial a Adolf Hitler, e no microfone, com uma careta, faz um barulho ridicularizador. Faz isso pela plateia – um gesto primitivo de agressão, que satisfaz, mais num plano puramente ritual do que realista, aos que já estão envolvidos emocionalmente.

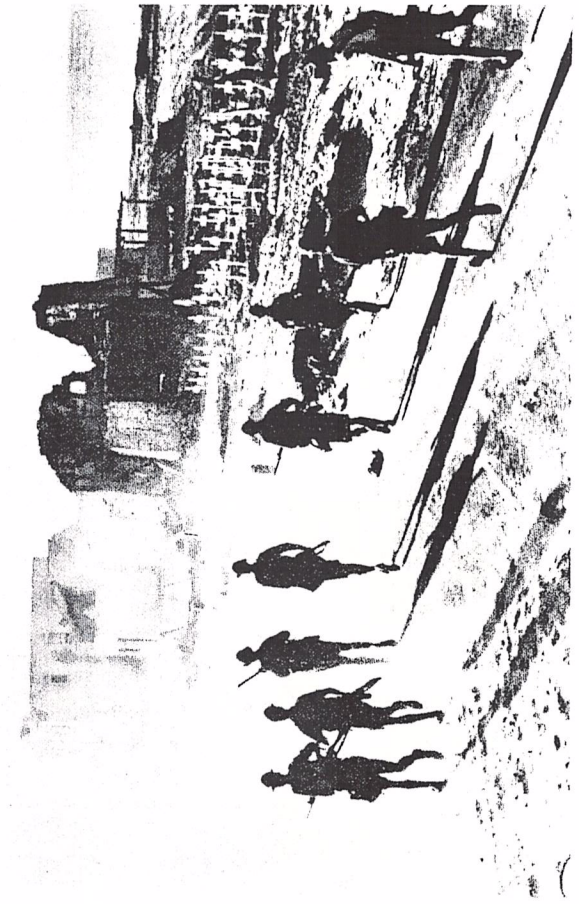
É importante mencionar aqui a emoção primitiva mas agradável do *schadenfreude* (rir da desgraça alheia – N. do T.) na propaganda. Isso pode ser encontrado no "documentário"



Os alemães no filme *Alexander Nevski* de Eisenstein.

bastante desrespeitoso de Alberto Cavalcanti sobre Mussolini, *Yellow Caesar* (1941), em que o narrador conta delirado que Il Duce uma vez fora atingido por estilhaços no traseiro ficando sem poder sentar por várias semanas. Politicamente isso é menos que persuasivo mas sua aborridigem engraçada reforça a imagem de Mussolini como um pathaço e, principalmente, é apreciado como humilhação, mesmo que a vítima seja apenas uma imagem numa tela.

Há exemplos mais sérios de *schadenfreude* com as mesmas funções. Na *Batalha da Rússia*, um dos filmes da série *Why We Fight*, o terrível sofrimento dos soldados alemães, depois de Stalingrado é descrito em termos que não distanciam a alegria pela vingança. As imagens são estragalhadas mas o narrador guia nossas emoções para uma alegria profana. Em 1944, próximo do final do regime de Quisling na Noruega, Roar Øye e Børje Melvig realizam um curto incômum onde expressam de modo gritante um duro desprezo e a antecipação da vitória. O próprio título, *Fem i tolv* (11. Cinco



Filme de Billy Wilder. *Os cinco segredos do Cairo*.

para as doze) parece sombrio e o narrador fala para a platéia, dirigindo diretamente a Quisling comentários meio irreverentes, meio sérios, sobre imagens tomadas em seus dias de poder. A música de fundo, a "Dança Macabra" de Saint-Saëns, insinua tentativamente o que irá acontecer quando chegar o tempo da vingança, às 12 horas.

A propaganda funciona da mesma maneira ritualística quando utiliza a ficção para levar o espectador a experimentar um substitutivo da realidade em que o inimigo sofre constantes derrotas. É oferecida uma saída para a platéia cujas agressões não poderiam se liberar de outro modo já que o objeto de seu ódio está muito distante. É despertada a indignação da platéia não para criar ansiedade, mas para permitir uma satisfação ainda maior quando a sorte muda no filme e o "nosso" lado vence. A satisfação não vem só do alívio proporcionado pela vingança e da retribuição depois de sofrer as injustiças, mas também de antecipação do triunfo final, decisivo.

A propaganda no cinema sempre encontra bons presságios para sua vitória, a maioria arrancados do passado. A forma especial da regressão cinematográfica é a reação primitiva

encorajamento de vitoriosas fantasias – se possível, fazendo um paralelo próximo da situação corrente. *Alexander Nevsky* (1938) de Eisenstein foi proibido enquanto durou o pacto entre a Rússia e a Alemanha, mas quando foi eventualmente relançado na Rússia, seus detalhes antilientais o tornaram uma arma de propaganda de primeira qualidade. A história da lendária vitória de Alexander Nevsky contra os cavaleiros germânicos que sobressaltavam a Rússia do século XIII implicava claramente que não se podia confiar na fidelidade dos alemães a tratados de paz, e mostrava o dissimulado alto-sacerdote da ordem Teutônica com um emblema parecido com uma suástica no colar e no chapéu.

Esse filme teve uma contrapartida no filme de Veit Harlan sobre Frederico o Grande, *Der grosse König*, que foi proibido até o início da guerra com a Rússia em 1941. Foi então alterado sob instruções do ministro da Propaganda (sem atenção aos fatos históricos) para remover qualquer vestígio de simpatia pelos dirigentes russos. (Essas correções resultaram no imediato, e muito claro, colapso de equilíbrio dramático do filme.)

Uma característica constante dos filmes históricos produzidos pelos nazistas era a tentativa para sugerir paralelos entre antes e na ocasião. Paradas militares do passado eram exibidas como pouco disfarçadas demonstrações nazistas, e afirmações bem conhecidas de Hitler eram vocalizadas por Bismarck, Frederico o Grande e outros para uma completa associação entre o passado heroico e o presente.

Alguns filmes russos de vários períodos não parecem obedecer ao princípio propagandístico de intimidade com a vitória. *A Greve*, *A Mãe* de Pudovkin, *A Nova Babilônia*, e dois filmes de Elim Dzigan, *Nós de Kronstadt* (1936) e *Prólogo* (1956), não são as únicas histórias revolucionárias da União Soviética a terminar com derrotas heróicamente trágicas. Mas eles são o produto de um país onde a vitória do proletariado foi por muito tempo marcada na consciência pública como um fato, de modo que o conhecimento disso funcionava como uma extensão do enredo além do conteúdo do filme.

A resposta da indústria cinematográfica a autênticos reveses militares que ameaçam a moral de luta do povo tem um interesse especial. O cinema nazista mais ou menos pela altura do fim da guerra sem dúvida estava capaz

de produzir propaganda emocional para a resistência, com o *Kolberg* (1945), mas no conjunto abandonara temas políticos e militares, optando por um escapismo total – preencheno fielmente a mais importante função da propaganda cinematográfica: dar ao público o que o fará se sentir bem.

Um quadro diferente surge nos filmes anglo-americanos dos primeiros anos da guerra. *Os cinco segredos do Cairo* (1943) de Billy Wilder foi rodado numa época em que a campanha da África não estava indo bem, e no final somos informados que a heroína gritara, antes de ser assassinada pelos alemães, "Os ingleses voltarão!" E Franchot Tone, o herói, murmura por trás do túmulo no deserto: "Na próxima vez que ouvirem a terra tremer, não serão os alemães que estarão vindo mas nós – ingleses, americanos, franceses. E permaneceremos depois deles." O tema da vingança e a promessa de volta é recorrente em vários filmes do período. Essa aparece no fim, como uma afirmação de autoconfiança, que ficará na mente do espectador depois de terminado o filme. Pode tomar a forma de um epílogo mostrando como os heróis, depois de sua experiência humilhante, retornam determinados a enfrentar, novamente o inimigo, dessa vez melhor equipados para a vitória. Tanto *Man Hunt* (*Caçada Humana*, 1941) de Fritz Lang como *One of Our Aircraft Is Missing* (*Um de nossos aviões não voltou*, 1942) de Michael Powell terminam com os personagens principais entrando em aviões para voltar com zelo vingativo aos países de onde antes haviam sido caçados.

The Way Ahead (*A Caminho para a Frente*) de Carol Reed conclui com as palavras "O Começo" para sugerir a volta e a vitória, tal como as palavras do general MacArthur "Voltaremos" do leitereiro final de *They Were Expendable* (*Fomos os Sacrificados*, 1945), de John Ford, uma história de guerra que desde então transmitia uma crescente sensação de derrotismo. O mais memorável de tudo isso é Leslie Howard murmurando através do nevoeiro no final de *Pimpernel Smith* (*O Pimpriela Smith*, 1941): "Voltarei. Todos nós voltaremos."

Durante as duas guerras mundiais, um dos principais tópicos da propaganda alemã era a superioridade militar e a inferioridade do inimigo. *Feldzug in Polen* (*A Campanha da Polônia*, 1939) e *Sieg im Westen* (*Vitória a Oeste*, 1940) são duas celebrações documentais da eficiência mecânica sem paralelo do exército



O filme *A queda de Berlin*, focalizando Churchill.

avancando aparentemente sem oposição. Tais garantias de força comportam certos riscos, por mais atraentes que possam ser para as plateias domésticas. Em "Mein Kampf", Hitler pôs zangadamente uma grande parte da culpa pela derrota alemã na Primeira Guerra Mundial na propaganda exatamente porque encorajava impensadamente os alemães a superestimar sua própria força e subestimar a do inimigo.

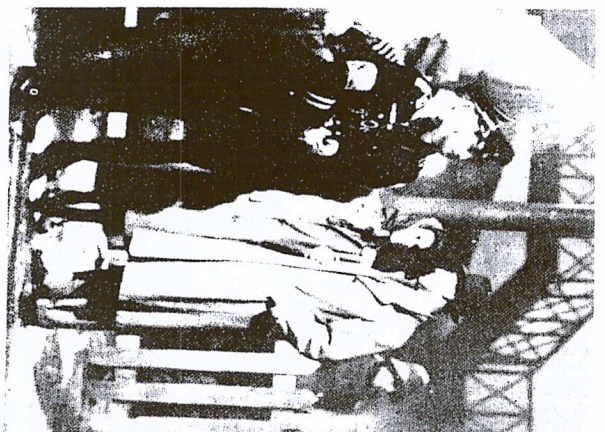
Essas demonstrações de força acontecem em qualquer propaganda e são sintomas do pensamento voltivo (*wishful thinking*) militar, o perigo para o moral é proporcional à extensão em que tais demonstrações são acreditadas. A credibilidade se torna paradoxalmente uma vantagem. Nesse sentido, exibições irrealistas de inegotáveis reservas patrióticas ficam explicadas: histórias incríveis de moças esperas que enganam o inimigo e impressionantes vitórias militares de exércitos pequenos, pouco equipados. O primeiro filme de ficção de sucesso feito na Rússia Soviética foi *Krasnyie diavolva (I. Diablos Vermelhos, 1923)*, a história de três garotos (dos quais um negro) que, inspirados por histórias de aventuras, resolvem lutar na Guerra Civil Russa e capturam e destroem o líder "branco" Mákhno. O filme fez um tal sucesso na bilheteria que foi exibido, com a adição de uma trilha sonora, durante a Segunda Guerra Mundial, quando tais histó-

rias se haviam tornado escapismo voltivo. O nível de seriedade é maior mas os mecanismos são os mesmos, por exemplo, em *Sahara*, norte-americano, em que a expertise, inventividade e coragem de dois homens capacitados a capturar um batalhão alemão inteiro.

Esse tipo de propaganda tranquilizadora não pertence a nenhuma época ou nação específica mas floresce principalmente em forma de sátira, farsa ou caricatura. Todas as sátiras antifascistas – de *O Pimpinela Smith* ao igualmente elegante *To Be or Not To Be (Ser ou não ser)* – subestimam selvagemmente os recursos do nazismo. Estupidez, fraqueza, arrogância e uma credulidade que raia pela falta de imaginação parecem ser as características mais salientes dos nazistas. Mas a abordagem depreciativa é justamente o ponto principal, transformando a coisa toda numa fantasia voltiva que mitiga as preocupações. Não é importante acreditar no que se está vendo. A preocupação e nossos recursos para diminuí-la são mais problemas emocionais do que intelectuais, mesmo em épocas de guerra. O riso pode ser usado como uma terapia coletiva contra o desespero nacional.

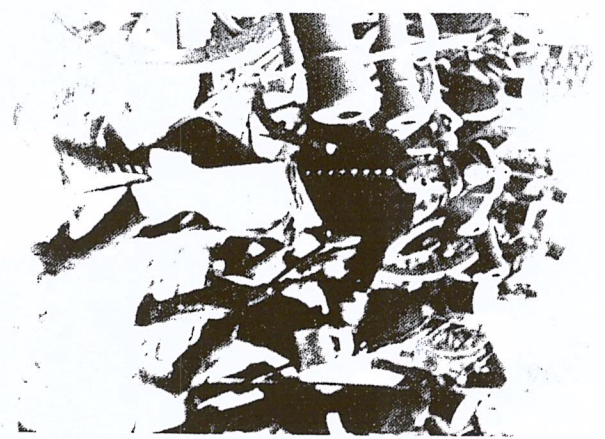
Foi dado, com grande sucesso um tratamento cômico à política internacional em *Shoulder Arms (Avante soldado, 1918)* de Chaplin. O soldado raso Charlie captura o próprio Kaiser bem como Hindenburg e o Príncipe Herdeiro, ganhando assim a guerra para os Estados Unidos. O filme de Chaplin é atípico uma vez que o sonho voltivo é revelado como tal: quando o cômico desperta, sua vida de soldado é tão irremediavelmente trivial como sempre foi. Em todas as comédias posteriores em que o cômico é convocado para executar atos decisivos de valor militar – por exemplo, no primeiro filme de Danny Kaye, *Up in Arms (1943)* – nunca se dá ênfase a que essas selvagens demonstrações de força são obviamente apenas uma fantasia para divertir.

Se a propaganda é considerada so como meio de conversão, tais filmes devem parecer muito confusos. As intenções são tão transparentes e tão óbvia a falsificação que deve faltar aos filmes qualquer capacidade de persuasão racional. Esse tipo de sátira implica numa admissão de que o que está sendo mostrado não encaixa com a verdade; é um exagero e não tenta esconder sua irrealidade.



Tropas napoleônicas no filme de Veit Harlan, *Kohberg*.

A combinação de comédia e propaganda é um fenômeno surpreendente e talvez dúbio. É da natureza da propaganda patriótica reforçar os valores estabelecidos que estão ameaçados. Objetiva criar um desejo de estabilidade. Isso parece em oposição com a natureza essencialmente destrutiva e subversiva da comédia. Os sucessos militares de Chaplin e Kaye criam uma situação um tanto ambivalente já que entram em contradição com os princípios normais da estratégia. O cômico quase sempre parece um perigo latente, um elemento dissolvente, mesmo para seu próprio lado. E ainda mais duvidosa a simpatia loucura do cômico retratando o inimigo. *Le Dernier Millantaire (I. O último milionário, 1934)* de René Clair tentava ser um retrato satírico de Hitler, mostrando como o ditador enlouquece depois de uma pancada na cabeça e começa a espalhar o terror num estado totalmente absurdo de loucura. O que é mais desastroso é que, por ser uma comédia, ele é o único que atrai as simpatias da plateia, quando sem nenhuma ajuda torna imponente a administração burguesa. É interessante imaginar se Chaplin tinha realmente consciência de quanto Adenoid Hynkel, o personagem de Hitler no *Grande Ditador*, se pa-



Última cena do filme *O pimpinela Smith*.

reia com a figura do Charlie de bigodes, tão amada pelo público.

Os filmes russos clássicos sobre a revolução muitas vezes contêm variações de estilo estranhas e impressionantes entre os extremos da seriedade a respeito do proletariado heróico e o burlesco dos vilões capitalistas. As flutuações são igualmente abruptas em vários dos episódios posteriores à guerra glorificando Stalin. Sua apoteose é construída com respeitosa solididade reforçada pelo contraste com os ridículos patéticos do Ocidente. Mikhail Chauréli era o mestre nessa escola de contrastes estilísticos, que foi mais longe em *A queda de Berlin* e *O Inqueritel ano de 1919*. O último aborda os meses que seguiram o fim da Primeira Guerra Mundial. Wilson, Clemenceau e Lloyd George são caricaturados a ponto de parecerem invertebradamente malucos. Perto do fim do filme, quando estão conduzindo sua lamentável guerra de intervenção contra o bolchevismo e planejando a divisão da Rússia entre si, os Três Grandes são vistos rastejando em cima de um imenso mapa da Europa, discutindo onde procurar a Ucrânia. Mas o mais grosseiramente caricaturado é Churchill (com a aparência que tinha na década-



Caricaturas de Churchill, Hitler, Goering e Goebbels no filme de Mikhael Chianreli, *A queda de Berlim*.

da de quarenta). Seu tipo de buldogue é exagerado e seu potencial cômico é totalmente explorado em sua aparição final no filme: um longo e silencioso *close-up* de perfil até que de repente ele se vira para a câmera e late. Corte para dignificantes comemorações populares da vitória em torno do heróico vencedor, o camarada Stalin.

A caricatura pode ser usada para despir o adversário da dignidade do poder. O cinema de propaganda proveniente dos países aliados durante a Segunda Guerra Mundial algumas

vezes utilizou material de documentários editado para ridicularizar o inimigo. "Eu estava trabalhando na contrapropaganda e tudo parecia tão melancólico, não havia nada para rir em coisa nenhuma", John Grierson afirmou apologeticamente para explicar a celebrada imagem de atualidade, reproduzida em várias compilações documentais, que mostra Hitler numa rápida dança de alegria pelas notícias de capitulação da França em 1940. Grierson tratou da imagem autêntica, original, tornando o movimento pouco mais rápido para conseguir o efeito de uma jiga ridícula. Uma caricatura

documentária em maior escala é o filme de Alberto Cavalcanti sobre Mussolini, *Yellow Caesar*, e há uma magnífica peça de humilhação fraudulenta em outra obra inglesa, *Germany Calling (Fala a Alemanha)*, 1940 de Charles Riedley em que o desfile nazista do Triunfo da Vontade foi habilmente reeditado com a música de "The Lambeth Walk" para dar a impressão de cômicos quadros de dança dirigidos por um Hitler às avessas. A redução de um inimigo apavorante a um nível visível talvez seja descrita com mais agudeza como um método de conseguir um poder mágico sobre ele. Outra expressão, ainda mais notável, de defesa mágica na tela, um ato ritual de demolir o inimigo e edificar o iniciado é *A semente está em perigo*. Mesmo atualmente esse filme pode ser alugado da Statens Filmcentral em Copenhague onde está classificado sob "Doenças e pragas que afetam as plantas". Esse curta, embora feito para o Departamento Dinamarquês de Pestes Agrícolas durante a ocupação alemã, é um dos mais virulentos filmes políticos jamais feitos. É fácil ver que o conteúdo de *A semente está em perigo* não é tão inocente quanto pode parecer, e poucos dinamarqueses deixaram de entender sobre quais insetos obnoxios Hagen Hasselbalch estava realmente falando. Mas o que viam os não iniciados, os próprios ocupantes? É possível que não entendessem a razão para tanto riso nos cinemas. De qualquer modo os alemães não fizeram qualquer esforço para proibir o filme. Afinal de contas, ninguém vira animazista depois de ver um filme sobre formigas de combater insetos perniciosos. *A semente está em perigo* era uma mensagem em código para os iniciados, uma expressão de comunhão secreta para os que já estavam unidos por uma sensação de experiência compartilhada.

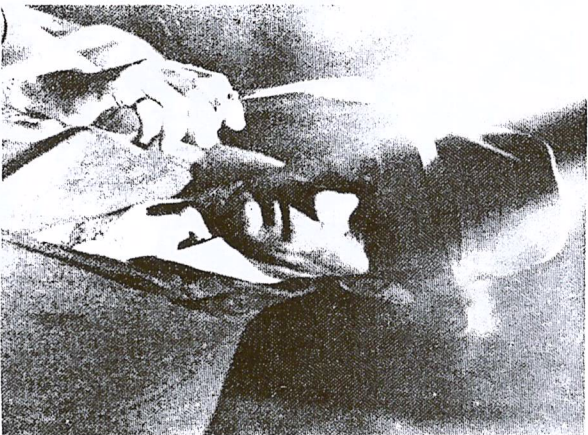
O cinema de propaganda geralmente se destina a uma platéia que já compartilha seus valores. A essa platéia oferece ficções que satisfazem em necessidades pré-existentes. As necessidades são bastante específicas nos períodos em que aparece a maioria dos filmes de propaganda, mas a indústria cinematográfica não deixa de ser uma fábrica de sonhos em tempos de guerra. A única coisa que muda é o conteúdo do sonho. Aqui é preciso fazer algumas reservas. As funções não são idênticas quer como intenções ou efeitos, e os três conceitos têm um inter-relacionamento bastante complexo. Por isso não é possível assegurar que os realizados

res dos filmes de propaganda estejam sempre plenamente conscientes das funções do filme como diversão. É bem possível que sua intenção seja geralmente apenas a de convencer, persuadir e advertir, na medida em que construíram visões que respondem a necessidades e reações coletivas. Aqui, não há contradição: os próprios propagandistas e realizadores estão sujeitos às leis psicológicas gerais que encontram expressão no cinema. Por outro lado, o modelo se complica com o fato de que os realizadores geralmente se identificam mais com as autoridades do que com a platéia quando moldam seus mitos. Grande parte do Realismo Socialista na União Soviética nunca encontrou qualquer resposta das platéias: era inteiramente produzido pelos e para os burocratas do Partido e servia para edificá-los, e não ao povo. É ainda mais impressionante que o cinema americano, desfrutando de uma margem de liberdade maior, tenha produzido tanta propaganda anticomunista por volta de 1950, insistindo apesar da persistente falta de sucesso de bilheteria. A solidariedade com a política externa norte-americana era mais importante na época do que a retribuição financeira ou qualquer sentido instintivo do que a platéia queria.

Finalmente, os efeitos não são tão isolados das funções como pode ter parecido antes. Essa exploração das necessidades psicológicas e de sua satisfação, do pensamento votivo moral e da agressão latente, do *schadenfreude* e da magia primitiva da segurança, deve ter certos efeitos, sobre atitudes, lealdades e entusiasmo patriótico. Cada satisfação dessa espécie serve também para reforçar os valores e símbolos que "nos" representam no modelo ritual da propaganda.

Mito, Magia e Política

Uma vez que muitos filmes de propaganda parecem uma destilação politicamente colorida do "inconsciente coletivo", esse deve fornecer uma rica reserva do tipo de modelos arquetípicos que têm sido descobertos nos sonhos e nas formas de arte tradi-



Leslie Howard no papel título de *O Pimpinela Smith*, um dos maiores êxitos mundiais do cinema britânico.

cionais. Estudos das características das histórias do folclore europeu parecem sugerir que elas se baseiam num conflito muito simplificado entre o bem e o mal em que cada qualidade é reduzida à sua expressão mais simples: a coragem é apresentada contra a covardia, a corajão contra a inocência, a malícia contra a bondade o auto-sacrifício contra a licenciosidade. No final triunfa o bem, algumas vezes devido a alguma forma de intervenção sobrenatural. O herói geralmente vence num ambiente estranho por sua coragem, esportividade, humor ou sorte. O mal é quase sempre punido, geralmente é destruído, mas às vezes é apenas atado. Freqüentemente provoca a própria queda. As histórias refletem muito pouco da complexidade do relacionamento humano e as exigências de realismo são reduzidas a um mínimo. Em compensação, as histórias são nítidas e utilizam o puro clichê, para descrever um mundo ficcional consistente em agradável complexidades do mundo real. Pode parecer surpreendente que tudo isso possa se aplicar

igualmente à propaganda cinematográfica, desde que aqui se supõe que o objetivo não é divertir mas influenciar.

Muitas das razões que poderiam ser sugeridas para isso contém elementos da verdade. Quando as coisas vêm numa ordem previsível tem certamente um grau de realidade que falta no real, especialmente em tempos de intranquilidade ou guerra – quando se faz a maioria dos filmes de propaganda. É possível assumir também que a necessidade de a propaganda envolver os níveis mais profundos da consciência, fornece um bom motivo para tentar atingir por meios já estabelecidos pelos mitos e arquétipos. C. G. Jung, o primeiro intérprete de nosso inconsciente coletivo, resume da seguinte maneira:

“O momento em que aparece a situação mitológica é sempre caracterizado por uma intensidade emocional particular; é como se fossem liberadas forças cuja existência não fosse conhecida por nós. Tudo o que se relaciona com o arquétipo é “mobilizador”, isto é, funciona despertando uma voz mais forte do que a nossa. Quem quer que fale em imagens primordiais mobiliza e subverte e libera todas as forças auxiliares que, sempre e sempre, tornaram possível à humanidade salvar-se do perigo e sobreviver à mais longa noite.”

O que mais pode querer o propagandista? O mito do cavaleiro salvando a virgem das garras da fera é um dos temas favoritos da propaganda. A aparência dos personagens é ajustada às exigências da política contemporânea, mas o modelo é firmemente ritualístico. O dragão obviamente simboliza o inimigo, o cavaleiro “nos” representa, e a situação da virgem é desperada a menos que o herói vença – o que, por boas razões mágicas, ele sempre consegue.

O Pimpinela Smith de Leslie Howard, um dos filmes ingleses de mais sucesso da Segunda Guerra Mundial, ilustra como a propaganda pode se servir bem de elementos mitológicos de várias fontes. Smith é uma versão retardatária do esperto herói popular que conflui nas expectativas dos outros por uma maldade frustrante. O vilão é tão grande, estúpido e mal como qualquer gigante de conto de fadas. A heroína bela e frágil é mantida em cativeiro pelo gigante – nesse caso, chantageada para realizar as tarefas ordenadas pelo vilão. Personagens que foram encantados ou desorienta-

dos são muito comuns, tanto no folclore como na propaganda cinematográfica: são forçados a servir a um mal senhor mas são perdoados quando o encantamento é quebrado (na ficção de propaganda é provável que tal personagem desperte e sacrifique a própria vida para conseguir a salvação).

O conteúdo arquétípico do *Pimpinela Smith* é vivificado com uma dose de “mitologia” inglesa mais atualizada. Arrebatada vidas humanas preciosas das garras do nazismo foi um tema que apareceu em vários filmes ingleses, e derivava de um modelo de história que cativava a imaginação inglesa. Todo o *Pimpinela Smith* – inclusive o título – saiu de um filme de sucesso feito seis anos antes com Leslie Howard, *The Scarlet Pimpernel* (*O Pimpinela Escarlate*). Esse se baseava no popular romance da Baronesa Orczy, que por sua vez retomava o tema de *A Tale of Two Cities* (Um conto de duas cidades) de Charles Dickens. O tema pode remontar ainda mais longinquamente, até o cavaleiro e o dragão.

O Pimpinela Smith pode ser também examinado de um ponto de vista religioso. Essa sátira ao nazismo não tem quaisquer referências religiosas explícitas, mas não surpreende que a ficção de propaganda do Ocidente reflita a mitologia cristã, ou no contexto, que o personagem de Leslie Howard tenha paralelos grian-tes com Cristo. Os mais ativos mitos em qualquer meio cultural são os que se relacionam com suas crenças religiosas. Devido simplesmente a essa força, parecem destinados a surgir sempre em histórias que visam explorar emoções profundamente estabelecidas e fornecer o maior número possível de associações a objetivos e heróis políticos. Essas associações não precisam ser intencionais ou evidentes; a utilização da mitologia religiosa aqui não significa primariamente uma declaração de fé mas uma base para a estrutura do enredo.

Mas a conexão entre propaganda e religião provavelmente não é assim tão casual. O envolvimento político pode assumir formas que são comparáveis ao fervor da ressurreição. A experiência que acompanha a salvação e o zelo missionário parece a mesma, quer a conversão seja política ou religiosa. Citações da Bíblia e slogans políticos parecem satisfazer necessidades emocionais relacionadas. Os movimentos extremistas, quer sejam políticos ou religiosos, parecem impulsionar a mesma devoção a um líder carismático e uma necessidade compará-

vel por uma ortodoxia estrita – e preencher as mesmas funções psicológicas. A religião tem sido encerrada como uma expressão das forças conservadoras, um meio de reforçar o sistema estabelecido através de referências à ordem divina. As necessidades de Deus simbolizam a da sociedade. Essa visão da religião implica em muitos pontos de contato com a propaganda. De qualquer modo, a propaganda geralmente pretende manter a forma da sociedade em que está operando.

O Pimpinela Smith é literalmente um salvador, que chegou num mundo mal onde suas origens parecem muito misteriosas e as autoridades fazem tudo para destruí-lo. Ninguém tem sua capacidade de passar desse mundo para o ideal. E um mestre, rodeado por um pequeno grupo de discípulos que a princípio não entendem sua grandeza e sua missão – ainda que estejam inconscientemente falando dele quando se referem ao “maior homem no universo”. Não estão convencidos de sua identidade até que, num estágio posterior, vêem as “chagas” de seus maos. Os ferimentos foram explicados, com perfeita coerência, numa cena em que Smith, deslocado num espartilho erigido num campo de concentração, pende de uma cruz com os braços estendidos e a cabeça caída como numa pintura da Paixão. Sua mão é horrivelmente perfurada por um guarda. O filme termina com Smith anunciando que logo retornará.

Não é descabido encerrar esses paralelos míticos como puramente coincidentes, e longe de ser a única explicação para o impacto emocional do filme.

Mas Smith não é o único personagem de filmes políticos alçado por associações com religião. E invernal como o cinema soviético utiliza elaboradamente a iconografia cristã, mesmo quando combate a religião. Lênin e vários outros heróis de filmes russos têm suas fronteiras banhadas pela luz à maneira dos santos. Isso era um clichê num estágio inicial do cinema soviético e foi elaborado em filmes de culto a personalidade sobre Stalin. Em *A Promessa*, Stalin mantém seu toque celestial mesmo depois de acabar sua conversa com o espírito de Lênin, quando já fez sua promessa para o futuro; na *Batalha de Stalingrado* é apresentado, por inequívocos meios alegóricos, como o próprio Deus.

O cinema americano tem alusões bíblicas tácticas mesmo numa propaganda tão crua como

o filme de William Wellman *Blood Alley* onde John Wayne é ao mesmo tempo Noé com a Arca (pró-chineses de Chiang) e Moisés guiando os filhos de Israel para fora do Egito (a China de Mao). O modelo David versus Golias é recorrente com os fracos mostrando que são conquistáveis porque são os Escolhidos.

As referências religiosas mais frequentes, entretanto, aparecem nos filmes nazistas, que incluem as mais comovidas lendas de matriz, complementadas com a promessa do paraíso. Os filmes nazistas feitos em louvor do *Partido* logo depois da chegada de Hitler ao poder construíram sistematicamente um semi-religioso mito do sacrifício como parte do heroiologia do nacional socialismo. Os jovens heróis morrem combatendo o mal (isto é, o comunismo), mas não sem antes terem uma revelação da salvação e do milênio. "Agora vou para o meu Führer", sussurra o jovem Erich para seu amigo Brand enquanto expira em *SA Mann Brand*, e "Deutschland..." é a última palavra de Hans Westmar antes que sua alma deixe o corpo e marche para a Eternidade com A. Bandeira. A lenda heroica com tratamento psicológico mais fino, *Hitlerjung Quex*, é também a que se relaciona de mais perto com as ideias cristãs da salvação, atingida por Quex no final de um processo que começa com ele desgarrado e continuado com sua reconversão, renascimento, dedicação e martírio. E quando Adolf Hitler, no começo do *Triunfo da Vontade*, sai de seu avião, ele é o deus descendo dos céus para seu povo.

A propaganda cinematográfica procura meios de transcender as limitações profanas da mensagem e se ligar firmemente com valores, forças e leis mais poderosas que as da existência humana. Um método é oferecido por alegorias solenes e associações míticas, o outro pelo eco dos "coros celestiais". E para controle total que muitos filmes de propaganda pretendem de modo tão óbvio levar a platéia a um estado de êxtase religioso, de modo que a convicção não dependa mais de argumentos terrestres. De qualquer modo, a semelhança de forma entre o cinema de propaganda e a literatura cristã e a lenda é notável. Há inúmeros contos de martírio, embora a esperança aqui seja de uma salvação política, em vez de religiosa. A conversa também é um tópico popular em filmes de propaganda como *A Mãe de Pudovkin*, *Nimotchka* de Lubitsch. *Excellenten* de Hasse

Ekamm, ou *Iwo Jima (Portal da Glória)*, de Allan Dwan. O modelo e a frequência são particularmente observáveis na propaganda soviética. Há um tema recorrente envolvendo um soldado politicamente ignorante a serviço do Tzar, que por acaso encontra Lênin (ou a mulher de Lênin, ou a mãe ou alguém ligado a ele) que conscientiza o soldado do que está certo, de modo que, quando chega para ele o tempo de decidir, está pronto a dar a vida pelo bolchevismo.

Essas histórias de conversão - como as cristãs - impressionam pela falta de força persuasiva a não ser para os crentes. Mudar de ideia parece depender mais de uma superposição de modelos do que de um desenvolvimento psicológico. Como fórmulas mágicas, realizam desenvolvimentos que são *desejáveis*, mas não necessariamente persuasivos. Sua função edificante é reforçada pelo suspense dramático, e o prêmio emocional é o alívio quando ocorre a esperada conversão.

Casablanca (1943) de Michael Curtiz é um modelo de exercício em propaganda edificante. Gostamos do herói (Humphrey Bogart) por seu brutal senso comum e amargo cinismo; sua única qualidade perturbadora é a ambivalência política. Isso se transforma na principal fonte de tensão. Eventualmente, claro, ele se compromete, naturalmente no caminho certo. Sua escolha é o climax emocional que cada membro da platéia espera e deseja mas um tal alívio ainda proporciona prazer quando chega. Teria sido insuportável ver um personagem tão simpático se perder nessa guerra pela alma dos homens.

A propaganda pode portanto explorar um ponto de vista religioso sem apelar explicitamente para a religião. Mas é óbvio que há um bocado de filmes de propaganda em que a religião, como tal, tornou-se um meio de influenciar a platéia. Quando os heróis manifestam piedade face às divindades, estão colocando a propaganda ao lado da religião, e a persuasão ganha uma dupla eficiência, usando tanto a simpatia compartilhada como os meios mágicos.

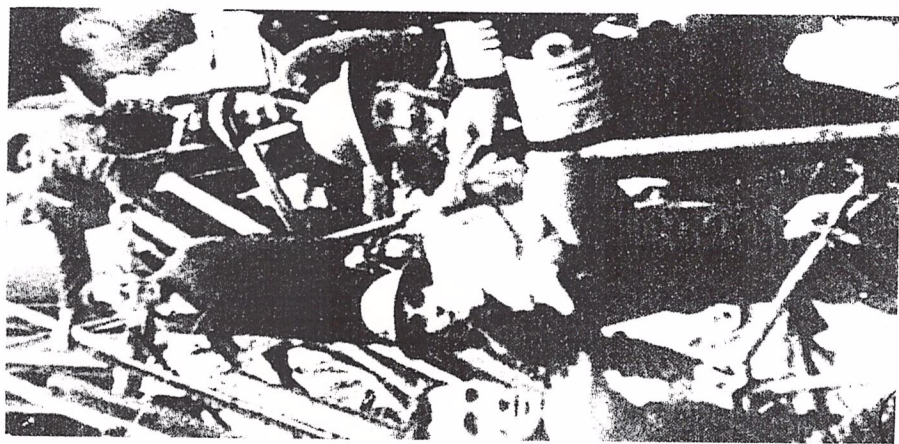
Na produção cinematográfica altamente industrializada tipo Hollywood, fica razoavelmente claro que os valores refletidos nos filmes são os supostamente defendidos pela maior parte possível da platéia. Opiniões radicais ou

avancadas em luta para impressionar só atingem as telas de cinema em estágio bem posterior: são favorecidas atitudes conservadoras, mesmo que indiretamente. Valores religiosos são uma força na bilheteria mesmo em países onde a religião está em declínio.

Essa tendência não é exclusiva da indústria cinematográfica dos países capitalistas. O cinema soviético, que numa época fez campanha sistemática contra a igreja, mudou completamente de tom quando a nação inteira foi ameaçada por um inimigo externo, pois a propaganda tem que mobilizar todas as reservas populares para seus objetivos patrióticos (filmes como *Os guerrilheiros*, 1942, e *O Arco-Íris*, 1944). A doutrinação anti-religiosa pôde esperar até o fim da guerra; a religião se tornou um instrumento, a piedade uma qualidade simpática a ser explorada.

Uma explicação adicional para o crescente papel desempenhado pela religião na propaganda em tempo de guerra é dada pelo fato de que as pessoas parecem buscar conforto na religião especialmente em épocas de crise. A religião é especialmente um refúgio conveniente e há sinais de que a propaganda pode funcionar do mesmo modo. Na convicção de que o lado dedicado a Deus goza de Sua proteção e portanto de uma garantia de vitória, há uma forma primitiva de magia política.

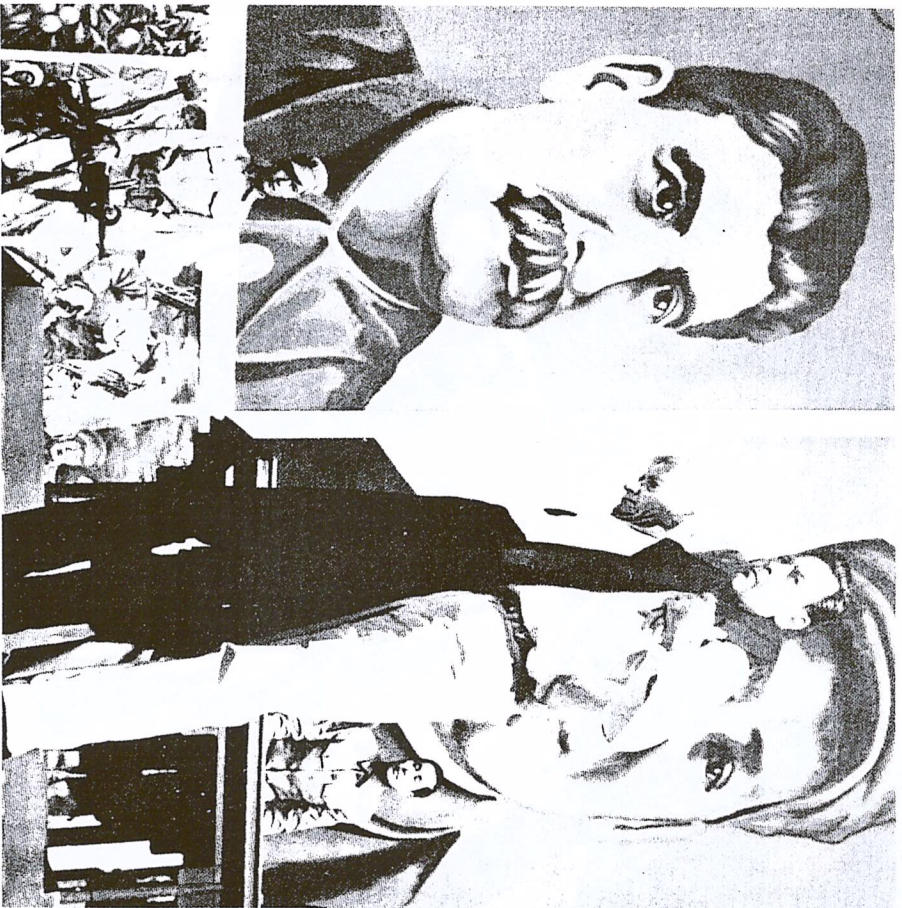
A propaganda americana usa entusiasticamente a divindade como uma fórmula mágica. No auge da atividade do mecarthismo até a Virgem Maria apareceu como propagandista anti-soviética em *The Miracle of Our Lady of Fatima* (*A virgem de Fátima*, 1952). A utilização ritual de linguagem piedosa fica mais claramente ilustrada quando acompanha os insinuos profundamente mortíferos dos filmes de aventura sobre a guerra. As últimas palavras ou escritos dos soldados são geralmente cerimoniosamente citadas depois de suas mortes e quase sempre contêm umas poucas frases simples sobre liberdade e Deus. Uma carta assim foi lida em *Halls of Montezuma* (1950) imediatamente antes da ofensiva final contra os japoneses, garantindo que Deus precisa de nós, os americanos, e não podemos falhar a Ele. Um dos companheiros do morto começa a rezar o Padre Nosso e depois do "Amém", Richard Widmark grita "Dê-lhes o inferno!" e o ataque começa com Deus como aliado.



Why we fight. A batalha da Inglaterra.

Por sua vez, os descrentes nunca podem vencer, e nos filmes americanos freqüentemente um ateu é também suspeito politicamente e apto a ser um colaborador. Um episódio anti-comunista em *The FBI Story* (*A história do FBI*, 1959), chega a sugerir que passar no domingo de manhã sem ir para a igreja é uma atitude anti-americana. Confrontações rituais entre a crença e a descrença na propaganda anti-comunista.

A ficção-científica *Red Planet Mars* (l.i. *Marte, o planeta vermelho*), produzida durante os anos da Guerra Fria, mostra os marcianos como bons cristãos, preparados pelo Sermão



William Holden numa cena de *Satã nunca dorme* (1960).

da Montanha para fazer uma revolução na União Soviética. (Nesse tipo de propaganda sempre há poderes extra-terrestres do nosso lado.) Em *One Minute to Zero* (l.l. *Um minuto para zero hora!*, a enfermeira (Ann Blyth) está chorando sentada numa igreja decorativamente bombardeada como uma figura solitária numa pintura de Caspar David Friedrich. Ela reza por Robert Mitchum e pela vitória numa cerimônia religiosa marcadamente primitiva durante a qual há uma invocação mística da assistência do Deus da América.

Não surpreende portanto que duas das mais raiosas obras de propaganda anticomunista-

(ainda que o padre O'Banion - Holden - como fuzileiro naval que era, tenha eventualmente tido a oportunidade de mostrar quem é realmente o mais forte). O chete comunista local é Ho San, um rude que a certa altura estivera ligado com a escola da missão. No devido momento ele volta ao cristianismo depois de compreender que havia sido desencaminhado pelos "homens de Moscou". A conversão de Ho San coincide com alguns ritos de iniciação curtos: ele baleia seu chofer chinês dizendo "Esse é o meu último ato como não-cristão", e depois começa a matar alguns outros comunistas com um sorriso e as palavras "Esse foi meu primeiro ato como cristão recentemente convertido".

Antes que Ho San de repente se torne um homem novo e melhor pela volta ao cristianismo, sua qualidade de ímpio foi revelada pela desonra e humilhação a que submeteu seus pais cristãos da maneira mais baixa possível. O relacionamento entre pai e filho é muito importante na propaganda, onde as implicações místicas e emocionais parecem derivar dos preceitos religiosos. O Mandamento diz: "Honra pai e mãe" e continua com uma promessa política da parte de Deus "que possam ser longos seus dias sobre a terra que o Senhor teu Deus te deu". Os heróis da propaganda geralmente honram os pais de modo exemplar, e o orgulho dos pais é uma garantia de que nossos heróis para sempre dirigirão a terra que Deus lhes deu. Por outro lado, os pais de filhos e filhas diabólicos têm que renegar suas crianças, condenando-os assim magicamente - e, indiretamente, a todos seus irmãos - à morte como fazem os velhos e trabalhadores pais de um comunista em *Big Jim McLain*.

Mas a propaganda pode também explorar o poder emocional desses conflitos de geração de maneira oposta. Em *Address Unknown Entree desconhecido*, 1944), um pai adere aos nazistas, e obviamente o filho toma a providência correta do ponto de vista da propaganda quando encaminha o pai à morte, desde que esse tornara inaplicável o Quarto Mandamento. É possível comparar esse homicídio com outro num filme americano do mesmo ano, *The Purple Heart* (*Mais forte que a vida*). Um grupo de aviadores americanos presos havia sido levado perante um tribunal de guerra japonês; estão ameaçados de tortura e execução. Um traidor

chines faz acusações falsas contra eles, mas seu filho, que o havia seguido até o tribunal, salta e o mata. Quando o assassino está sendo levado, o comandante americano, Dana Andrews vira para seus homens e diz "Companheiros, de pé em homenagem a um homem". Os americanos se levantam como uma prova de respeito.

Particidas traumáticas da antiga mitologia provocaram interpretações psicológicas frequentemente contestadas. Freud, depois de explicar a situação edipiana, provavelmente teria visto uma profunda significação psicológica na inscrição do jovem como "um homem" nessa conjuntura, mas não é necessário recorrer à psicanálise para descobrir a função política dessa passagem de *Mais Forte que a Vida*. Pelos padrões da propaganda, o pai e o mal, e o filho tem uma justificação moral para o crime. Mas a quebra do Quarto Mandamento retém uma carga emocional imensa mesmo quando justificada, e o conflito entre pais e filhos pode ser explorado para reforçar o impacto da mensagem política. Você precisa honrar o pai e a mãe - dentro de certos limites. Mesmo o pequeno Heini em *Hilfritze Quez* quebra o Quarto Mandamento. Tenta tanto quanto pode agradar ao pai, mas quando é forçado a escolher entre o pai e o Führer fica fiel às suas convicções - porque também está escrito que "aquele que amar seu pai e sua mãe mais que a mim, não é digno de mim".

A escolha política de Heini é mais conveniente porque ele ainda é uma criança. Crianças de olhos luminosos são regularmente utilizadas em propaganda por seu efeito de desarmar as pessoas. Como nos contos populares, seu aspecto franco e simpático torna-as ideais como portadoras de uma mensagem. Crueldade contra crianças sempre figurou entre as acusações feitas a um inimigo: os alemães durante a Primeira Guerra Mundial eram acusados de quebrar os dedos das crianças belgas para levar como lembrança. (Acusações respondidas pelos documentários alemães em que os soldados distribuíam comida para os jovens belgas, com a mensagem nos letreiros: "E assim que os bárbaros se comportam!")

Filmes de agitação e propaganda russos parecem ter ido ainda mais longe no desenvolvimento, como tema favorito, das perseguições do inimigo às crianças. *A Greve* tem um plano geral em que um cossaco sobre um viaduto suspende uma criança e segura-a por um terri-

vel segundo sobre o abismo antes de cometer o ato gratuito final de maldade lançando-a na estrada abaixo. Temos uma visão mais próxima na sequência das escadarias de Odessa do *Encouraçado Potemkin*, quando um garoto que cairia baleado é erguido para a platéia, enquanto um carrinho de bebê desce a escada aos solavancos em meio a uma chuva de balas. E nenhuma descrição verbal pode transmitir a impressão de ódio frio em *O Arco-Íris* de Mark Donskoi, onde as crianças continuamente são submetidas à maldade, que atinge o climax quando os alemães torturam uma mulher grávida, forçam-na a dar à luz num curral e depois atiram nela e no bebê.

Mas as crianças não desempenham exclusivamente um papel trágico. Heróis em aventuras em terras estrangeiras muitas vezes são encontrados por crianças que estão aptas, por um sentimento natural do bem e do mal, a se tornarem seus cúmplices e auxiliares. As crianças substituíram na propaganda a parte dos animais nas histórias do folclore.

Amor às crianças é sempre atribuído aos grandes ditadores por sua propaganda – e não é só pelos belos olhos daquelas. Não se trata apenas do ditador amar as crianças; o amor tem que ser recíproco. Esse amor às crianças é sublinhado nos documentários de propaganda, e tem a mesma importância nos relativamente poucos filmes de ficção feitos sobre estadistas. Em *Lênin em 1918* de Mikhail Romm, o grande homem descobre uma orfãzinha faminta nos corredores de seu quartel general. Cuida dela, lendo, brincando e desenhando apesar da guerra troando lá fora entre os Vermelhos e os Brancos (ou entre o bem e o mal). Na realidade ficcional da propaganda, Lênin tem todas as razões para fazer isso, porque a criança representa o próprio conceito de bondade, e os que têm o apoio das crianças vencerão. Quando foi feita *A Batalha da Rússia* (1943) para reforçar a solidariedade americana com os russos envolvidos na guerra, foi dada muita ênfase ao fato de que mesmo as crianças entravam em luta do lado soviético – não por causa da força das crianças num sentido militar mas devido a sua bondade.

Há funções místicas por trás da presença ubíqua das crianças na propaganda. A lenda conta que o fracasso das Cruzadas à Terra Santa no fim do século XII fora devido a uma carga muito grande de pecados dos cruzados

adultos. Por isso as crianças decidiram fazer sua própria cruzada, já que não tinham pecado e podiam, com a ajuda de Deus, conquistar uma vitória para a Cristandade. As crianças continuam sendo a personificação do Direito e da Vitória Final.

Eis por que as crianças nascem em tantos filmes de propaganda; o nascimento representa para nós a promessa de um novo futuro quando o tiver terminado toda dor e sofrimento. O grevista de *O Sal da Terra* é torturado pelos capangas da companhia, enquanto sua mulher, Esperanza, dá à luz uma criança. Em *Blockade*, Henry Fonda salva um bebê das ruínas da Espanha, e na versão fascista da mesma guerra civil, *L'Assedio dell' Alcázar*, nasce uma criança num estábulo, e o nome da mãe é Maria.

A propaganda religiosa e a política têm uma diferença muito importante em suas táticas psicológicas. A propaganda política no cinema dificilmente tem apelado para os sentimentos de culpa da platéia. Admite-se que haja tendências nesse sentido entre os filmes nazistas (como *Hans Westmar* e *Pour le mérite*) destinados a denegrir a corrupta e covarde era de Weimar por sua traição ao nacionalismo alemão, e na série *Why We Fight* que se penitencia pelo isolationismo americano dos anos trinta. Mas no conjunto a propaganda tem se concentrado em apresentar reconfortantes desculpas e evitar cuidadosamente tudo que possa criar dúvidas a respeito da honestidade moral ou ideológica de seu país de origem. Para o ritual da política é vital que o próprio lado seja representado como inequivocamente bom, e isso não é só para atrair as simpatias da platéia.

Levando em conta como a simples palavra "propaganda" ficou negativa, é incrível observar como os valores morais desempenham um papel fundamental em todos os filmes de propaganda. Nunca parece que a batalha se dá em primeiro lugar entre idéias, ideologias ou nações, mas entre o bem e o mal.

Em alguns dos tipos menos construídos do filme – como nos mitos e nos contos populares tradicionais – surgem vilões que parecem agir de acordo com um modelo de mau comportamento predeterminado e não segundo quaisquer razões psicológicas. Naturalmente o tipo é comum num gênero como o cinema de propaganda baseado numa visão moralista da vida. Há um personagem ritualisticamente mal que representa o espírito da ruindade e faz o



O encouraçado Potemkin de Eisenstein.

mal simplesmente porque quer. A maldade é sua única característica, intenção e desejo, e ele encarna o conceito de maldade, o inimigo – “eles”. A razão pode ser encontrada em profundas raízes psicológicas, idéias míticas associadas com o mal, sendo a mais importante a de que o mal carrega consigo sua própria destruição inevitável.

Assim o inimigo, simplesmente pela qualidade de inimigo, está condenado a perecer em “nossas” mãos, o bem. “Capitão de assassinos”, diz Leslie Howard para o líder das forças do mal em *Piupinela Smith* “você nunca governará o mundo – porque estão condenados!”

É por isso que os filmes de propaganda se empenham tanto em infundir toques metafísicos numa luta pelo poder, como uma espécie de estágio preliminar a Armagedon. E é também por isso que as garantias de vitória têm um inalienável sentido de predestinação, e que os presságios do passado são relançados na tela antes do iminente desaparecimento.

Quando um país entra em guerra, o cinema de propaganda reaviva as lembranças das glórias e vitórias passadas, embelezando-as com símbolos bimbahantes, estandartes e outros símbolos indicadores da transcendental significação da luta. A propaganda padrão do filme orgulhosamente histórico está ali não só como

QUARTA PARTE - CONCLUSÃO

agradável memória ou admoestação, mas também como um rito do poder, para invocar as vitórias passadas. Há uma tranquilização na crença de que o destino realizará os desejos expressos no rio. Essa qualidade mágica aparece mais forte que nunca em *Kolberg* (1945), último filme produzido por iniciativa de Goebbels. As filmagens foram iniciadas quando a expansão alemã começara a se transformar em presságios de derrota. O filme descreve como a cidade sitiada de Kolberg corajosamente resistiu na luta contra Napoleão, até ser salva no último momento por um milagre militar em que o destino, contra todos os infortúnios, deu a vitória para o lado certo. Destino ou Deus – a mágica da propaganda é a mesma.

Tal como descrito por Terry Ramsaye, *Tea-ring Down the Spanish Flag* (l.l. *Arrancando a bandeira espanhola*, 1898), provavelmente o primeiro filme de propaganda do mundo, mostra literalmente a mão do destino intervindo na guerra hispano-americana por Cuba, arrancando a bandeira espanhola do palácio do governo em Havana. O filme fez muito sucesso e provocou uma grande onda de patriotismo americano. É impressionante observar que essa visão da derrota espanhola já estivesse

pronta e exibida em abril de 1898, quando a guerra acabava de ser declarada. Esse modelo tem sido repetido em estágios posteriores da história do cinema de propaganda. Nos últimos dois dos anos trinta por exemplo, apareceram alguns filmes na União Soviética antecipando a futura guerra com a Alemanha nazista. As plateias assistiram a como os guardas da fronteira russa aniquilavam os invasores alemães em filmes como *Yes! savira vojna* (l.l.

Quando estourar a guerra, 1938) de Elim Dzigán e *Eskadriya no 5* (l.l. *Esquadra nº 5*, 1939) de Abtran Room. Isto é simplesmente uma fórmula mágica para modelar o futuro de acordo com os interesses patrióticos. Do mesmo modo que a dança ritual imita a caça de modo a provocar o sucesso da caçada, o cinema de propaganda encena constantemente o resultado dos conflitos políticos. O cinema de propaganda tem sido principalmente uma espécie de cerimônia mágica em que figuras rituais invocam a realidade que o público deseja ver concretizada. Aqui a propaganda não é apenas uma tentativa de influenciar o espetador mas um meio mágico de influenciar a própria realidade.

Cinema e Política: Um assunto ardiloso

an Hunt (*Caçada Humana*), *Hungaren Also Die* (*Os carrascos também morrem*) e *Ministry of Fear* (l. l. *O Ministério do Medo*), três dos mais cáusticos filmes antinazistas da Segunda Guerra Mundial, foram feitos pelo emigrado alemão Fritz Lang, que se tornara algo como um símbolo do cinema de resistência ao fascismo e ao nazismo. Suas primeiras obras importantes haviam sido feitas na Alemanha durante a República de Weimar, onde se classificava entre os realizadores mais talentosos e imaginosos. Essa primeira fase de sua carreira terminou mais ou menos na época em que Hitler chegou ao poder com *Das Testament des Dr. Mabuse* (*O Testamento do Dr. Mabuse*), que foi proibido e confiscado pelo Ministério da Propaganda de Goebbels e desde então interpretado, entre outros pelo próprio Lang, como uma alegoria antinazista. Depois de *O Testamento do Dr. Mabuse* o não-ariano Lang fugiu da Alemanha e chegou a ser importante em Hollywood. Ali dirigiu os três filmes mencionados acima, inequívocas obras de pro-

paganda que o confirmaram como um irreconciliável antinazista.

De um ponto de vista político, entretanto, a carreira de Fritz Lang é muito mais complexa do que é sugerido pelos esboços apresentados nas histórias do cinema, o que paradoxalmente ilustra algumas das dificuldades inerentes à relação do cinema com a política.

1922: O primeiro filme sobre Mabuse, *Dr. Mabuse der Spieler* (l. l. *Dr. Mabuse, o jogador*), é um *thriller* criminal contemporâneo sobre uma organização terrorista que explora a crise inflacionária alemã para dar poderes ditatoriais a seu líder. O filme tem sido descrito por críticos como uma profecia do que aconteceria na Alemanha uma década depois. Mas segundo o produtor, Erich Pommer, Mabuse havia sido concebido como uma personificação do movimento Spartaquista. É muito pouco provável que o filme tenha sido *entendido* como tendo uma preocupação política, e ainda menos que tenha exercido influência precisa. Também é duvidoso em que medida uma análise do filme forneceria provas conclusivas para qualquer interpretação política. Entretanto, a intenção por trás da alegoria é clara: os terroristas deviam ser identificados com a esquerda política recentemente esmagada, não com a extrema direita.

1924: *Die Nibelungen* (*Os Nibelungos*), uma monumental versão cinematográfica em duas partes da lenda de Siegfried. Não há nenhuma

