



COSTA, Maria Helena Braga e Vaz da. O Cinema Brasileiro e a Construção do Mito da “Cidade Maravilhosa”. Los Angeles: University of California at Los Angeles (UCLA); Professora Associada do Departamento de Artes e do Programa de Pós-Graduação em Artes Cênicas da UFRN; Produtividade em Pesquisa do CNPq.

RESUMO

Este trabalho discute a representação cinematográfica do “mito” da cidade do Rio de Janeiro como “a cidade maravilhosa” por meio de uma reflexão sobre o papel desempenhado por este no contexto da produção cinematográfica contemporânea nacional e o seu papel na constituição de novos parâmetros de representação da identidade cultural brasileira. Em acordo, o trabalho apresenta uma breve análise da representação do Rio de Janeiro no filme *O Homem do Ano* (José Guilherme Fonseca, 2002).

PALAVRAS-CHAVE: Mito: Cinema: Cidade: Identidade Cultural: Rio de Janeiro.

ABSTRACT

This paper discusses about the representation of “the myth of the marvelous city” credited to the Brazilian city of Rio de Janeiro by looking at the way in which “the myth” has influenced contemporary Brazilian cinema in developing new paradigms for representing the country’s cultural identity. Accordingly, a brief analysis of the cinematic Rio de Janeiro built in the film *The Man of the Year* (José Guilherme Fonseca, 2002) is presented.

KEY-WORDS: Myth: Cinema: City: Cultural Identity: Rio de Janeiro.

Este trabalho resulta de uma reflexão sobre a representação cinematográfica da cidade do Rio de Janeiro no contexto de sua constituição mítica como a “cidade maravilhosa”. A gênese do *mito* “*Rio de Janeiro: a cidade maravilhosa*” localiza-se no início do século XX e no contexto de um projeto político para o desenvolvimento urbano da então capital do Brasil, tornado realidade pelo então prefeito da cidade, Francisco Pereira Passos. Pereira Passos pretendia com a re-urbanização e modernização da capital do país reafirmar o seu poder político. Simbolicamente, sua intenção era associar a beleza natural da paisagem do Rio de Janeiro à ideia de modernidade – aquela representada primordialmente pela da metrópole; da cidade aceitável, desejável, uma espécie de “Paris à beira-mar” – tornando sua imagem de cartão-postal em ‘cartão de visitas’ do país.

O projeto levado a cabo por Pereira Passos correspondia também às aspirações mais caras de uma elite educada ao modo europeu e que ambicionava uma vida moldada em matrizes francesas (Pesavento, 1999). A renovação urbana da cidade teve como meta, portanto, uma cidade-ideal e moderna do tipo parisiense que surgira, entre os anos de 1853 e 1870, através da reforma urbana conduzida pelo Barão Georges-Eugène Haussmann na capital francesa. Tal qual Paris, o Rio de Janeiro se transforma; a cidade é assim estripada, aberta, convertida pela ação dos ‘produtores do espaço’ a serviço do governo municipal e federal. Ao final, a cidade colonial de antes, por meio do caos das intervenções urbanas, dá lugar à nova ‘metrópole’ que passará então a compor o contexto imagético e cultural do país dando suporte ao imaginário coletivo relacionado ao *mito* do *Rio de Janeiro, a cidade maravilhosa*.

O *mito* associado ao Rio de Janeiro pode ser avaliado como o que poderíamos chamar de “efeito do espelho”, isto é, uma alusão à Paris como cidade emblemática da modernidade. No contexto brasileiro, o Rio de Janeiro torna-se desse modo o símbolo da modernidade e o lugar de onde uma nova identidade nacional e cultural deveria surgir – não apenas consequência da reforma urbana mas também das inúmeras representações imagéticas e cinematográficas produzidas constantemente com o objetivo de instituir e proclamar uma ‘nova imagem’ para a cidade. Adicionalmente, o cinema trouxe consigo uma vantagem ao contexto da construção do imaginário coletivo relacionado ao Rio de Janeiro. Isto é, as imagens fílmicas da paisagem natural e urbana da cidade não apenas tornaram-se amplamente conhecidas como também concederam à cidade uma identidade visual que a instituiu como a cidade moderna brasileira por excelência. Conseqüentemente, a constituição do *mito* do Rio

de Janeiro como “a cidade maravilhosa” é pauta em produções imagéticas e no imaginário coletivo a respeito do país que contextualizam o Rio de Janeiro como cidade representativa da modernidade.

O cinema brasileiro de maneira particular representa de forma emblemática a problemática acerca da percepção e do entendimento do cotidiano imposto à vida urbana e contemporânea brasileira e também da identidade cultural centrando e localizando a discussão freqüentemente no contexto do *mito* e da cidade do Rio de Janeiro. No caso do *Rio de Janeiro cinematográfico* o tipo de cidade predominantemente 'construído' é aquele em que o Rio 'representa a si mesmo' (ou pelo menos uma versão de si mesmo). Isto é, marcos e locações da cidade chamam a atenção para o 'imaginário do lugar' conexo de maneira expressiva e significativa à própria cidade – no caso, o do Rio de Janeiro relacionado direta à ideia do *mito*. Nota-se que a cidade não simplesmente "representa a si mesma", mas atua de forma a invocar o *mito* urbano e moderno que há muito tempo vem trabalhando como uma estrutura simbólica conectando as pessoas e o lugar (a cidade); construindo tanto uma identidade nacional quanto uma cultural para o país. O filme *O Homem do Ano* (José Guilherme Fonseca, 2002), serve aqui como exemplo.

A narrativa de *O Homem do Ano* foca nos conceitos e discussões relacionados não apenas ao *mito*, mas também a uma noção de cidade que contrapõe o genérico e o específico: (1) a cidade da imaginação; (2) a cidade como produto de certo desconforto cultural no que se refere às preocupações atuais com a identidade do sujeito e sua confusa relação com o tempo e o espaço; (3) a cidade do Rio de Janeiro como imagem e representação unificadora do imaginário que envolve toda a nação; e finalmente, (4) o Rio de Janeiro como uma cidade que combina dois pólos opostos: o espaço civilizado e moderno *versus* o espaço tradicional e primitivo.

O Rio de Janeiro em *O Homem do Ano* se configura como uma cidade periférica e caótica, típica do capitalismo tardio aparecendo, contudo, como a locação ideal para um filme policial que tipicamente mistura violência, intriga, chantagem, conspiração, egoísmo, e pessimismo para compor sua narrativa. Por meio de uma cinematografia ao estilo de Hollywood – composta por códigos e convenções como *voiceover*, narrativa em primeira pessoa, e *espectacularização* – a Baixada Fluminense é concebida como destaque ao discurso sobre a espacialização e expansão da violência e marginalidade em lugares periféricos da cidade. Em acordo, a voz de Maiquel, protagonista do filme, é ouvida logo na cena de abertura do filme: “*Antes da gente nascer, alguém, talvez Deus, define direitinho como vai foder tua vida. Essa era a minha teoria. Deus só pensa no homem na largada. Quando decide se sua vida vai ser boa ou ruim. Quando não tem tempo, faz uma guerra, um furacão, e mata uma porrada de gente sem ter de pensar em nada. Em mim, ele pensou*”. O contraste entre a narrativa convencional (a representação do “sobrevivente” que conta a história em primeira pessoa) e o engajamento narrativo (mesmo que ficcional) com a violência e a marginalidade representativas da vida urbana contemporânea, tornam-se potencialmente importantes para a leitura e a análise das práticas de representação que mediam as produções do espaço.

Entretanto, mesmo trazendo à tona os aspectos da feiúra, sujeira, desarmonia e estranheza associadas à cidade – e evitando apresentar qualquer imagem do tipo cartão-postal do Rio de Janeiro –, o filme não dissocia por completo a noção do *mito* do Rio de Janeiro. No caso da cidade do Rio de Janeiro, e do *mito*, *O Homem do Ano* concebe o dia-a-dia na cidade como o lugar onde todos batalham por uma vida “nova e melhor”, “um lugar ao sol”; enfim, ascensão social e econômica. Tudo o que, no caso de Maiquel, protagonista do filme, veio com o título (de “o homem do ano”) e conseqüentemente com a sua mudança de atitude diante da vida e coincidentemente com o seu “novo visual” (ele pinta seu cabelo castanho de *platinum blonde* depois de perder uma aposta). A aparência singular de Maiquel é narrada como uma metáfora da problemática e indefinida identidade cultural brasileira. A “nova identidade” de Maiquel – composta por seu novo emprego, seu cabelo *platinum blonde*, novas experiências, novos amigos, nova família –, torna a personagem confusa sobre si mesma. Isso é confirmado na cena em que Maiquel, diante de sua imagem refletida no espelho, descreve a si mesmo: “*um cara que era eu, mas ao mesmo tempo, não era eu*”.

Maiquel vive e se comporta como um ser “em trânsito”. Cada evento ou impulso provoca e demanda uma “nova identidade” que acaba por substituir à anterior. Isso é exatamente o que acontece na última seqüência do filme em que vemos Maiquel, agora com o seu cabelo tingido de castanho, foge da cidade, da polícia e das pessoas da sua comunidade. Seu pensamento é pela última vez apresentado por meio da *voice-over*: “*A vida é uma coisa engraçada. Se você deixar ela vai sozinha, como um rio. Mas se você quiser pode colocar um cabresto e fazer da vida o seu cavalo. A gente faz da vida o que quer. Cada um escolhe a sua sina: cavalo ou rio*”.

As reflexões de Maiquel são postas novamente pela narrativa como metáfora das contradições e fatalidades da vida, da identidade indefinida e da nossa impotência diante do destino. A auto-reflexão que emerge na última seqüência do filme pode ser considerada também como um comentário sobre a tendência fílmica contemporânea de supervalorizar a desarticulação narrativa – comum e dominante no cinema brasileiro contemporâneo de representar o crime e a violência na cidade (Rio de Janeiro). Tendência esta que é comumente justificada por muitos autores através do complexo sistema de representação que associa os problemas do lugar social, político e econômico às políticas de representação de uma multifacetada identidade cultural. Portanto, pode-se constatar a partir da análise de *O Homem do Ano* que os conceitos, as problemáticas e as discussões contemporâneas sobre identidade cultural, perda do sentido da história, fragmentação do sujeito, incerteza temporal e espacial, podem ser, mesmo que parcialmente, apreendidos por meio da reflexão sobre as imagens fílmicas; e mais especificamente a partir do entendimento sobre como o *mito* do Rio de Janeiro e as noções de cidade e espaço urbano se colocam frente ao processo de construção de um imaginário coletivo e de identidade.

REFERÊNCIAS

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *O Imaginário de Cidade: Visões Literárias do Urbano*. Porto Alegre: UFRGS Editora, 1999.