

Godard e a pop art



Por **LUIZ RENATO MARTINS***

Semelhanças e distinções entre o cinema de Godard e a tendência predominante nas artes plásticas norte-americanas entre o final dos anos 1950 e o início dos anos 1960

Transição

Quais as relações entre o cinema e a *pop art*, pergunta-se? À diferença do que hoje parece, as pontes entre ambos não estavam dadas nem foram fáceis de construir, e a emergência da *pop art* nos EUA, entre o final dos anos 1950 e o início dos anos 1960, não se deu sem obstáculos. Para emergir – e tornar-se a tendência dominante das artes plásticas norte-americanas –, a *pop art* teve de se inventar como contraponto crítico à hegemonia do expressionismo abstrato ou da *action painting*, modo como o movimento também foi denominado. A *action painting* comandava a cena desde meados dos anos 1940, quando havia inaugurado o modernismo nos EUA, e, a seguir, conquistado na Europa um reconhecimento internacional que a arte norte-americana nunca tivera – salvo por meio de expressões avulsas, absorvidas por movimentos europeus, como ocorreu nos casos de Man Ray (1890-1976) e de Alexander Calder (1898-1976), por exemplo, incorporados pelo surrealismo.

Resumidamente, quais os termos do embate? Além de nascido já híbrido e internacionalizado devido à condição nova-iorquina (imigração europeia, levas de refugiados do nazismo, impacto da revolução mexicana na vida cultural da cidade), no plano das ideias, o expressionismo abstrato incorporara duas premissas da arte moderna: a de liberdade e universalidade do sujeito e a de autonomia estética, ou seja, a da primazia da forma ante determinações externas.

Com efeito, no plano prático dos resultados, a também chamada “escola de Nova Iorque”, ao produzir obras de grande originalidade e com uma eloquência condizente com um drama histórico de escala inédita – a II Guerra Mundial –, abriu um capítulo próprio na arte moderna. Por certo, a *action painting* atuara de início dentro do legado pictórico do surrealismo, mas, na medida em que havia conferido ao seu léxico reflexividade e consciência radicalizadas do processo produtivo, renovara a concepção do plano e do suporte, e, antes de tudo, da imanência do gesto pictórico em função da autonomia do corpo.

Em resumo, valores como a refundação ou o resgate da integridade da condição humana e a consciência aguda da universalidade da crise histórica, conjugados à inteligência e à inventividade dos achados estéticos do expressionismo abstrato, engendraram um conjunto de obras, de marcante originalidade, que mudaram, *grosso modo*, o mapa da arte moderna, deslocando sua capital para Nova Iorque.

Não obstante, enquanto o expressionismo abstrato circulava e finalmente colhia louros nos meios culturais europeus (revertendo então a dependência tradicional da arte norte-americana ante os influxos oriundos do Velho Mundo), despontaram nos EUA os primeiros sinais – híbridos, todavia – daquilo que no início dos anos 1960 viria a ser conhecido como *pop art*. Os prenúncios de mudança tinham vindo, pouco antes, por meio dos trabalhos de Larry Rivers (1923-2002), Grace Hartigan (1922-2008), Robert Rauschenberg (1925-2008), Jasper Johns (1930) e outros.

Em que consistiam? Em síntese, na ideia de superação do teor artesanal e do valor de originalidade da obra de arte. E ainda, na consciência de uma ampla alteração histórica que apartava o homem da destinação suprassensível tradicional – “desligando-o” de estruturas cognitivas transcendentais, ao mesmo tempo em que espedaçava a sua percepção, ao completar sua submersão na voragem das megacidades, da produção em série e dos mercados de massa.

Para uma visão precisa desse momento de transição de escolas pictóricas nos EUA, como também de mutação cognitiva rematando a troca de valores qualitativos por quantitativos, deve-se, decerto, situar a perspectiva crítica e intermediária que cresceu no período de 1955 a 1962 e que foi denominada posteriormente de *hand-painted pop* (*pop* pintado à mão).^[ii] Aqui, nos trabalhos de Rauschenberg e Johns irrompem formas de agressividade, de negatividade e de reflexividade herdadas da vanguarda dadaísta e do seu desdobramento na obra de Marcel Duchamp (1887-1968). É o que irá diferenciar tais autores, no curso da crítica ao expressionismo abstrato, das diretrizes da *pop art*, reconhecidas nos anos 1960 e então tidas como independentes da negatividade própria à arte moderna, ou como sistemicamente integradas.

Economia e escala de massa

Quanto ao termo *pop art*, cabe ter cautela. Sua tradução literal seria “arte popular”. Para nós, membros de uma sociedade baseada na desigualdade excludente, tal ideia traz, falando sumariamente, algumas conotações marcadas: a de técnicas tradicionais (artesaniais) de trabalho artístico e de uma linguagem (léxico e meios) que, até certo ponto, evoca valores mnêmicos de resistência – voltados, portanto, para o passado. Tais manifestações, associadas à sinceridade e a alguma singeleza, podem comportar por vezes traços de combatividade.

Diversamente, o que se deve entender por *pop art*, ou, literalmente, por “arte popular!” dos EUA, na passagem dos anos 1950 para os 1960, é outra coisa (nada tem a ver, no caso, com arte tida por indígena, dita *native art*, que fora referência para o expressionismo abstrato). A *pop art* expressa os valores de uma nação militarmente vitoriosa e mundialmente dominante; pressupõe uma produção extensa de bens de massa, em face da qual o consumo está implantado como hábito majoritário.

Logo, tal arte não traz traços artesanais, mas sim de extração industrial; nasce e se destina a consumidores afluentes e não a um público de excluídos. E, gerada da crítica ou confronto com o expressionismo abstrato, é dotada de certo nível de reflexividade. Por fim, sua matéria vivida não é perpassada pela incerteza da sobrevivência inerente às sociedades periféricas, mas sim por rotinas de consumo e lazer às quais se mesclam expectativas bipolares padronizadas, ora de tédio ora de entretenimento.

Logo, a *pop art* pode ser considerada – antes mesmo de qualquer juízo detido – como uma poética da mercadoria. Reflete um *tête-à-tête* inédito entre arte e mercadoria, visto que a mercantilização e a coisificação já se haviam convertido (no curso da expansão econômica, em parte mundializada, do pós-guerra) nas formas gerais e apriorísticas da experiência, que prepararam, por assim dizer, o surgimento da *pop*.

Qual a tradução de tal dinâmica no plano plástico? Abstraindo a análise concreta dos casos intermediários, pode-se estabelecer uma série de novidades: o espaço pictórico perde a organicidade e a unidade mediante as quais o expressionismo abstrato visava à constituição de uma linguagem pictórica universal e transcendental, correspondente a um ideal universalista da condição humana. Ao invés, surge um espaço desintegrado e propício a justaposições, ou seja, o duplo da esfera prosaica regida pelas leis do mercado, característica do dia a dia no capitalismo.

Janelas da alma

Em que pé encontrava-se, em meados dos anos 1950, a outra face da questão posta acerca das relações entre o cinema e a *pop art*? Se, no caso dos EUA, a contiguidade foi construída, e logo se fez concreta e crescentemente visível, no caso europeu, a questão foi posta talvez um pouco antes, mas com diminuto impacto. Assim, apesar dos primórdios da *pop art*^[iii] na Inglaterra antecederem o movimento nos EUA, a *pop-art* inglesa, como tendência, não deitou raízes – aliás, seus materiais (revistas ilustradas, anúncios publicitários e congêneres) eram em boa parte norte-americanos. Enfim, no ambiente do Reino Unido a *pop art* não adquiriu pujança comparável à do ramo mais recente, nativo dos EUA.

Fato análogo se verificou no cinema. Salvo por duas tentativas avulsas da cinematografia italiana, a de Visconti

[1906-1976] (*Bellissima* [*Belíssima*], 1951) e a de Fellini [1920-1993] (*Lo Sceicco Bianco* [*Abismo de um Sonho*], 1952), o cinema europeu mantinha-se naquela altura distante e desinteressado das demais técnicas de reprodução industrial da imagem, preferindo modelos autorais e prestigiosos das artes pré-industriais. De fato, faltava solo histórico-social na conjuntura europeia para que a *pop art* como ideia ou proposta avulsa vingasse e se implantasse como fato público, na recepção coletiva.

Em resumo, não obstante o impulso do Plano Marshall, o cinema dito de arte ou de autor, no ambiente europeu do início dos 1950, basicamente estava às voltas ainda com as perdas da guerra, que havia destruído amplamente a indústria e disseminado a penúria, extraviando legiões de pauperizados dos parâmetros éticos tradicionais – como mostra *Ladri di Biciclette* (*Ladrões de Bicicleta*, De Sica [1901-1974], 1948). Nesse quadro, as forças mais vivas do cinema preocupavam-se com a refundação ética e enfocavam, no entorno, as sequelas da grande destruição e as agruras da luta geral pela sobrevivência, como mostrou com grande força trágica *Germania, Anno Zero* (*Alemanha, Ano Zero*, Rossellini [1906-1977], 1948).

Em síntese, a modernização do cinema europeu, como ilustram bem os casos do neorrealismo italiano e da arte de Bresson (1901-99), na França, ocorreu, pois, sob o signo da escassez e do ascetismo. O que mostra o paradigmático cinema italiano de então? Quase sempre a situação de exclusão do mercado. O desemprego é tão comum que o trabalho surge à luz de uma aura (*Umberto D*, De Sica, 1952). Comprar e vender é privilégio de poucos. Nesse quadro, a subjetividade se sobrepõe à mercadoria como tema dramático. Igualmente, esmaece o impacto da forma-mercadoria sobre a subjetividade. Assim pouco se distinguem, dentre os temas, os traços da alienação pessoal – dados pela cristalização de si, na forma da coisificação, sob os moldes da especialização e da quantificação.

Nesses termos, o impulso de sobrevivência e as situações pungentes, em que a existência está por um fio, ganham a cena. E a humanidade das personagens, no contexto em questão, define-se sob diferentes ângulos, mas sempre por oposição ao consumo e à mercantilização da força de trabalho: seja na aspiração por um emprego (*Ladri di Biciclette*), seja no desânimo e ociosidade (*I Vitelloni* [*Os Boas Vidas*], Fellini, 1953), ou na expiação (*La Strada* [*A Estrada da Vida*], Fellini, 1954); seja ainda na exclusão forçada após a tentativa de transformação estrutural e política (*La Terra Trema* [*A Terra Trema*], Visconti, 1948), ou na via solipsista e martirológica, por exemplo, de: *Stromboli* (1950) e *Europa 51* (1952), de Rossellini; ou de *Pickpocket* (1959), de Bresson...

Em suma, estabelece-se, aí, uma dicotomia entre condição humana e forma-mercadoria – anterior ao consumo massificado e à mercantilização extensa que subjazem à *pop*. Como exceção a esse quadro dual, esboça-se a perspectiva precursora de *La Strada*, que determina – mas mediante uma narrativa em tom de parábola – o processo de reificação ou coisificação humana sob os traços de Zampanò – com o contraponto de figuras plenamente existenciais (Gelsomina e o equilibrista) que, significativamente, morrem, enquanto Zampanò sobrevive.

Cabe notar que Antonioni, com *La Signora Senza Camelie* (*A Dama sem Camélias*, 1953) e *Le Amiche* (*As Amigas*, 1955) – ambientados em grupos urbanos, sediados na Itália do norte, onde o consumo já era hábito e o trabalho, rotina –, também traz à cena, sob o ângulo subjetivo, a questão da coisificação. Mas o cinema europeu mais significativo, entre os anos 1940 e o fim dos anos 1950, não prioriza, em última análise, o tema da mercadoria, e sim a descrição dos estados da alma – para o que constrói degraus e galga escadas, instala-se em andaimes emprestados às outras artes, de extração pré-industrial. Porém, quanto à questão posta, ou seja, as bases da *pop*, encontram-se ausentes as experiências constantes da forma-mercadoria e do consumo: faltam o acesso regular aos bens, a empregabilidade estável e consolidada, a reordenação da vida em termos de massa e a partir da forma-mercadoria.

Réquiem e *pop-cine*

La Dolce Vita (*A Doce Vida*, Fellini, 1959) e *À Bout de Souffle* (*Acosado*, Godard [1930], 1959) são quem põem o cinema europeu na rota da *pop*. Do ângulo do juízo histórico, *La Dolce Vita* faz o réquiem do cinema da alma, em geral. Para não alongar, o passo veio, dentre outros sinais, com o relato distanciado e nos termos de um fato jornalístico, do suicídio de Steiner (o requintado admirador da pintura de Morandi – que tira a vida dos próprios filhos, antes de se matar). Destacou-se, em consequência, decisiva e inequivocamente o novo quadro geral. A premissa implícita era a de que o *boom* econômico dos anos 1950, dito “*Il miracolo economico*”, havia livrado a sociedade da escassez e gerado uma nova cultura.

O *marketing* permeia doravante todas as estratégias individuais. Submete tudo e todos aos cálculos do consumo. E o hedonismo (“*La dolce vita*”) vence o fator opressivo da tradição na vida social.

Além de um cosmopolitismo marcado, de ambientações inovadoras e da apresentação de uma série de ícones congêneres aos da *pop* (um carro “rabo de peixe”, uma Vênus platinada, um Tarzan aculturado etc.), *La Dolce Vita* também traz uma fotografia inspirada na tevê e na publicidade – com muitos *closes*–, e um encadeamento narrativo à base de colagens ou justaposições, nos moldes da *pop*.

Com isso, o filme provoca nacionalistas, cristãos, existencialistas (aguilhoados pelo fim de Steiner) e neorrealistas – enfim, os formadores de parâmetros correntes de opinião à época – para um debate. A rigor, produz um choque. Põe a reificação geral, ironicamente rotulada de *dolce*, como um processo geral e inexorável, correlato à constituição do mercado. O terremoto cultural, desencadeado pela redefinição, por *La Dolce Vita*, do horizonte estético e social obriga Fellini a intervir no debate: “Vamos ter um pouco mais de coragem? Vamos deixar de lado as dissimulações (...)? Tudo se rompeu. Não acreditamos em mais nada. E daí?”.^[iii]

Indústria, consumo e *Nouvelle Vague* (instantâneo de Godard - 1)

Na França, *À Bout...* inova de modo análogo. Sem ditar um juízo histórico acabado como o de *La Dolce Vita*, porém com um senso agudo da mesma problemática e uma reflexão formal ousada, o filme propõe uma nova dinâmica narrativa. Destaca-se, de saída, pela fluência narrativa nova e pelo uso ostensivo e inteligente de modelos da cultura de massa. Começamos pelo último ponto, ou seja pela coleta (em ritmo de *assemblage* rauschenberguiana) de materiais processados pela indústria cultural – um ato negativo e irônico ante as premissas de naturalidade e realidade, advogadas pela crítica de André Bazin (1918-1958), conforme adiante se verá. Desse modo, rumando contra as convenções literárias e teatrais que debilitavam o cinema francês ante outras linguagens já modernizadas (da publicidade, do jornalismo, da literatura de massa...), *À Bout...* incorpora esquemas narrativos do filme B norte-americano e recorre a enquadramentos e cortes abruptos que remetem às técnicas reprodutivas gráficas. Assim, o filme traz o discurso cinematográfico a um patamar de contemporaneidade ante as linguagens industriais, programadas para o consumo de massa.

Em linhas gerais, no plano abstrato e estritamente formal, como modernizador da retórica cinematográfica francesa, *À Bout ...* torna-se o carro chefe, mas, no esquema, não se diferencia – senão no grau de ousadia e de empenho com o programa inovador, traduzido com inventividade em muitos aspectos do filme – do restante da *Nouvelle Vague*. A emergência no cinema dessa corrente de ideias, originária da imprensa especializada, renovou o discurso cinematográfico, conferindo-lhe novos aspectos de intimismo e coloquialidade. Por esse tom menos teatral, e sem impostação – estimulado pelo consumo individual, gerado nas novas formas de mercado –, a *Nouvelle Vague* se distingue da produção italiana de Fellini e Antonioni, que – mesmo ao esboçarem o panorama social do consumo – são levados, em razão da desigualdade social italiana e do debate com o neorrealismo, a fazê-lo dentro de molduras mais amplas, buscando abranger a fratura exposta constitutiva da sociedade italiana.

No plano concreto das opções icônicas e semânticas, porém, a singularidade de Godard é, desde logo, mais nítida e ele aparece como o mais impactante e independente dos realizadores da *Nouvelle Vague*, criando uma série de cenas e *logo*-imagens do movimento. De fato, é ele, dentre todos, quem esboça, de saída, uma reflexão estética sobre a recém-criada sociedade de consumo francesa e se destaca pela visão mais clara do quadro socioeconômico de origem e a consequente elaboração de um discurso independente ante modelos anteriores da cultura francesa.

Em resumo, Godard não renova só o cinema, mas a cultura. E lança os marcos de uma visão cosmopolita e global, como haviam feito Antonioni (*L'Avventura* [A *Aventura*], 1960) e Fellini. Desse modo, *À Bout...* traz personagens “comportamentais” gerados pelo mercado e, portanto, dotados de mera fímbria de interioridade – em contraposição, por exemplo, ao pungente intimismo de *Les Quatre Cent Coups* (Os *Incompreendidos*, Truffaut [1932-1984], 1959), às personagens densas e dramáticas, *à l'ancienne*, de Louis Malle (1932-95) – traçadas segundo o modelo baziniano (nos moldes do “personalismo” de Mounier). A vinculação do trabalho de Godard com temas ligados ao consumo direciona-o, como se verá, para um diálogo intenso, mesmo que não exclusivo, com a *pop*. Constitui por isso um caso emblemático para o exame da reciprocidade cinema-*pop*.

Fluência e dispersão (instantâneo de Godard - 2)

À Bout... traz um modelo narrativo rarefeito e à base de dissociações, intensificadas nos trabalhos seguintes. As cenas incluem inúmeras ações supérfluas para a trama. São eventos banais que multiplicam os alvos de atenção e criam vazios dramáticos ou causam o distanciamento do espectador ante a estória, cujo enredo faria supor um filme de suspense ao modo dos filmes B – dos quais, aliás, tantos elementos são extraídos.

Além desses sorvedouros semânticos, que esgarçam o fio da trama, notam-se também dispersões ou dissociações intrínsecas ao modo de narrar, caracterizando uma economia narrativa nova no cinema – dotada de uma dispersão elástica e surpreendente, inerente a um novo tipo de organicidade narrativa. Assim, tantas vezes a objetiva parece flunar; as personagens, tagarelar; a música, correr autonomamente, dispensada da função tradicional de comentário... De onde vem e para onde vai esse fluxo à primeira vista errante e estranho?

É notório que o cinema de Bresson já tornara independentes imagem e som, como linguagens específicas e com autonomia própria. Um evento podia motivar uma apresentação visual e, antes ou depois, também oral. Mediante essa nova economia, o cinema francês finalmente incorporara algumas das linhas centrais do programa crítico-estético moderno, segundo Kant (1724-1804) e Lessing (1729-1781): as da especificação, formalização e autonomização das linguagens e dos saberes. Noutro plano, e com outros moldes, também o neorrealismo, ao optar por uma arte de situação, já dera lugar a acidentes e errâncias em seu discurso, mais rarefeito do que os “uníssonos” (som, imagem, luz etc.) da canônica hollywoodiana, na qual tudo é usualmente capitalizado para o desenvolvimento dramático.

Contudo, na obra de Godard, essa dissociação dos componentes cinematográficos alcança níveis explosivos e ultrapassa o limiar da gratuidade, indo muito além do horizonte estético e ético de Bresson. Com que objetivo? Nesse aspecto, o discurso de Godard se aparenta ao do *free jazz* e à disjunção entre cor, linha, gesto e desenho, introduzida na pintura por Rauschenberg e Johns, e adotada pela *pop*, como se vê em muitos trabalhos de Warhol. Assim, o meio de representação – outrora duplo transcendental de uma dimensão infinita, projetada como universal e unificada pela razão (garante da ordem teleológica do discurso) – torna-se o duplo do meio urbano loteado e reificado. Ou seja, é desintegrado por elementos que parecem existir por si mesmos – retalhando e consumindo o meio de representação, tal como indivíduos que, numa multidão, concorrem entre si pela obtenção de oportunidades.

Uma tal quebra da teleologia narrativa tem correspondência com o evidente amoralismo das personagens e o seu descompromisso com as situações, nos moldes do consumidor padrão. Michel Poiccard, o personagem de *À Bout de Souffle*, não para de mexer nas coisas; quer se apoderar de tudo feito um consumidor compulsivo numa loja de departamentos. Seu problema é a falta de moeda, acentuada em termos dramáticos pelo traço da posse de um cheque difícil de ser descontado. Nessa condição instável – símile à sua clandestinidade diante da lei –, avulta, na sua figura, o consumidor, de voracidade ilimitada, marcado pelo fascínio imediato e inadiável pelos bens, e pela volubilidade, que leva à reposição incessante de demandas.

A atração de Poiccard pelos bens é complementada pelo comportamento opaco, interesseiro e calculado de Patricia – fria e hesitante até distinguir, em cada relação, o proveito a extrair. Sob essas duas faces, expõe-se o dinamismo da mercadoria, festejada e ironizada pela narrativa, inscrita nas feições modernizadas de Paris – percorridas por longos *travellings* da objetiva, que *flana* por entre ruas, escritórios, vitrinas, transeuntes...

Todos os caminhos levam à cidade

Se a objetiva de Godard evolui ao léu, ou *flana*, e com isso abrange em seus planos o fortuito e o efêmero, já a decisão que a constitui – em termos de volubilidade e instabilidade – é refletida e estratégica. A flexibilização do mecanismo narrativo contribui para o distanciamento em vários graus: ao inscrever na trama detalhes miúdos e sem valor; ao abandonar as personagens em favor de traços idiossincráticos ou da prática cênica dos atores; ao submergir a narrativa, enfim, num estado genérico de dispersão...

No plano maior da estratégia estética, a essa negatividade corresponde a positividade das sequências, ao modo de documentário, que são recorrentes nos trabalhos de Godard. Noutras palavras, o esvaziamento da dramaticidade narrativa é compensado por um objeto efetivo, criado pelo perambular ou flunar: o interesse pela cidade e seu processo de

modernização.

A cidade, de fato, despontará a seguir como matriz de todos os cenários dos trabalhos de Godard. A recorrência do uso cenográfico e documentário de Paris é potencializada pela constância de um traço de comportamento das personagens: o de comprar e consumir incessantemente – cigarros, bebidas, cafés, cosméticos, ou formas de lazer e informação: *jukeboxes*, cinema, jornais, revistas, livros, discos, postais, panfletos etc... Assim, essa voragem peculiar das figuras de Godard – que pontua a narração como um fator a mais de dispersão narrativa – implica positivamente a cidade como polo interativo, somando-se ao registro documentário e instituindo-a no papel dramático de fornecedora de bens e serviços.

É possível reconhecer aqui uma dinâmica complexa, de negação e afirmação simultâneas: por uma, o esvaziamento do valor dramático da narrativa, ou seja, a produção do distanciamento; e por outra, o reforço do valor cognitivo, mediante a afirmação do viés documentário. Do atrito sistemático de ambas, gera-se uma síntese, ou inter-relação dialética, na forma de uma reflexão cujo eixo é o consumo.

Estabelecida essa dinâmica, será possível obter um importante paralelo: a saber, entre a poética reflexiva, de Godard, que enfoca o mundo dos consumidores e, de outra parte, o *Passagen-Werk*,^[vi] isto é, o projeto teórico de Walter Benjamin (1892-1940), de desnudar a vida moderna a partir das fantasmagorias do consumo.

Formas elementares: em Godard e no trabalho das passagens

Assim, em suma, salientei o dinamismo da mercadoria exposto sob as faces do casal de *À Bout de Souffle* – um consumidor febril e uma vendedora ambulante, ambiciosa e disposta a tudo –, e comparei o regime visual da objetiva ao da *flânerie*, com dois propósitos: 1) antecipar momentos marcantes da produção de Godard, entre os quais *Vivre Sa Vie* (*Viver a Vida*, 1962) e *2 ou 3 Choses que Je Sais d'Elle* (*Duas ou Três Coisas que Eu Sei Dela*, 1967) – em que a ideia de mercadoria emerge no núcleo da trama; 2) aproximar a poética de Godard do trabalho de Walter Benjamin, para poder utilizar os conceitos visuais ou ideias-imagens (*Denkbild*)^[vi] deste último, entre os quais, o do *flâneur*.

Os dicionários falam da *flânerie* como um passeio ao acaso. Benjamin, porém, precisa essa definição, determinando-a num contexto e numa situação histórica. Assim, tal como o termo *herboriser* (“herborizar”, no português) refere-se a uma prática correspondente a certo estágio das ciências naturais e entrou em uso no francês no século 17 (tendo sido muito usado no século seguinte por Rousseau [1712-1778]), o termo *flânerie* entrou no francês em 1808 e corresponde, conforme Benjamin, a uma prática e contexto precisos: o passeio no ambiente urbano, nos moldes de uma pesquisa de mercadorias e de rostos – entrevistados na multidão ao modo de objetos expostos nas vitrinas.

Logo, para Benjamin, a *flânerie* corresponde a uma conexão entre olhar e devanear, ligada ao vagar no meio urbano como parte da multidão. Precisamente é a visão de relance, a que motiva fantasias. Sua forma originária (*Urform*), afirma Benjamin, vem da mercadoria e do modo específico de contemplação que ela provoca. A forma da *flânerie*, sintetizada por Benjamin, reside numa regra de comportamento: “Observe, mas só com os olhos” (PW 968).^[vii]

A *flânerie*, em síntese, consiste num perambular mesclado de fascinação, volubilidade, expectativas gratificantes e outros elementos do desejo específico que precede o consumo. Como tal, a figura-tipo do *flâneur* consiste num conceito visual ou ideia-imagem (*Denkbild*) extraído do comportamento padrão dos frequentadores das “Passagens”^[viii] e concebido como instrumento para a investigação de Benjamin sobre a sociedade moderna, a partir de Paris.

Flanar e narrar

Em síntese, o *flâneur*, para Benjamin, é o transeunte convertido em “especialista do mercado” (PW 473) ou em fantasista, pois a vivência do mercado é, por excelência, a da fantasmagoria: ou seja, a da consideração da mercadoria independentemente do seu processo de produção.^[viii] Vale dizer, o *flâneur* é o espectador-modelo, forma básica do consumidor.

Nesse sentido, conforme salienta Susan Buck-Morss em um comentário sobre a *Passagen-Werk* de Benjamin, a *flânerie* é o modelo de uma atitude perceptiva que “satura a vida moderna, em particular a sociedade de consumo de massa (e é a

fonte de suas ilusões)". Morss enxerga a *flânerie* numa série de comportamentos deambulatórios da vida contemporânea: além do consumidor, no público de tevê e de rádio, no turista, no jornalista, num tipo de escritor, num tipo de espectador etc...^[ix]

Em síntese, a *flânerie* é reprodutível, como modo de recepção passiva, a partir de dois elementos básicos: a possibilidade de substituição do objeto visual – isto é, o seu caráter de produto em série e descartável; e a gratificação puramente imaginária daí suscitada. Nesse sentido, Benjamin afirma que o *flâneur* porta consigo o próprio conceito de “ser à venda”;^[xi] noutras palavras, porta a forma-mercadoria como forma *a priori* de sua experiência.

Personificação e exposição do desejo de consumo, o *flâneur* de Benjamin tem como correspondente, no plano das coisas, a mercadoria em exibição e, como termo correlato, na calçada, a prostituta, que, de acordo com os *Manuscritos de 1844*, de Marx, é a “expressão específica da prostituição geral do trabalhador”.^[xii] Logo, a dualidade entre *flâneur* e prostituta será apenas aparente, para encobrir uma homogeneidade estrutural, cujo princípio é a forma-mercadoria.

Figuras das filmagens

Um passo atrás, encontramos essa mesma polaridade, entre *flâneur*-protagonista-narrador e prostituta-personagem central ou coadjuvante, nas figuras de Godard. Assim, o *flâneur* é a matriz de uma série de figuras – o ladrão (*À Bout...*), o mercenário (*Les Carabiniers* [Tempo de Guerra], 1962-1963), o roteirista (*Le Mépris* [O Desprezo], 1963), a dupla de vigaristas (*Bande à Part* [Bando à Parte], 1964), o investigador-literato (*Alphaville*, 1965), o leitor (*Pierrot Le Fou* [O Demônio das Onze Horas], 1965), o pesquisador (*Masculin Féminin* [Masculino, Feminino], 1966) etc. – que integram o mosaico masculino das obras dos anos 1960.

Do lado feminino, o modelo do bem de consumo está presente na maioria das variações figurativas, sejam personagens, sejam imagens da cidade – termos que entre si permutam significações. A mesma matriz é válida nos âmbitos da ficção e do documentário.

No primeiro, a prostituição explícita ou implícita, sob alguns dos seus índices, está presente na composição das figuras femininas. E no segundo caso, seja como cenografia, seja como objeto documentário, Paris aparece como cena-matriz de todas as cenas, e se adaptará aos diferentes gêneros e artifícios narrativos adotados no curso da obra – que vêm compor um rol tão heterogêneo e variado quanto aquele das *assemblages* de Rauschenberg.

Para além da representação

A reiteração das matrizes – que põe uma polaridade nuclear, estampada nos dois eixos figurativos inerentes à produção godardiana do período pré-1968 – conjuga-se, no caso, ao progresso da reflexão. Assim em *À Bout...* a figura de Patricia é caracterizada como inescrupulosa e leviana. Fica evidente que a tipologia da representação traz o perfil da prostituta como figura embutida, e, ademais, como objeto de condenação moral...

Já em *Vivre as Vie*, a prostituta Nana, como protagonista, é alvo de uma aproximação complexa. A narração representa a personagem, segundo dois ângulos opostos – e dramatiza essa dilaceração da figura: ou seja, explícita tanto sua liberdade subjetiva como sua condição de mercadoria. Por um lado, vê-se a personagem como subjetividade em busca de emancipação. E, por outro, ela aparece em sua condição objetiva genérica, como força de trabalho e objeto, no caso, ora de um interrogatório policial, ora de uma pesquisa sociológica.

Para abreviar o rol, finalmente em *2 ou 3 Choses que Je Sais d'Elle* (1967), a dualidade das matrizes figurativas torna-se objeto, de certo modo, de uma síntese: as duas perspectivas, a da liberdade subjetiva, dotada da faculdade de escolher, e a da mercadoria, surgem unificadas em Juliette, a protagonista, apresentada no cumprimento de sua rotina diária – como dona-de-casa e mãe de família consumidora – e, ao mesmo tempo, como força de trabalho, na figura da prostituta.

Nesse ponto, os dados figurativos (homem, mulher, cena urbana e respectivas derivações) são revistos como momentos de uma mesma estrutura, cujo núcleo consiste na forma-mercadoria. Cumprido um ciclo reflexivo, essa configuração dramática encaminha a obra de Godard para um novo ciclo, essencialmente combativo; ciclo que só será claramente delineado no ano seguinte, com a fundação do Grupo DzigaVertov, desencadeado pelas mobilizações de Maio de 68, e que

atuará nos limites do antiespetáculo e da ação militante, voltada para a transformação social.^[xii]

Ordem das razões

Mas com que materiais e procedimentos se deu o progresso da reflexão que permitiu ao cinema de Godard ir além da esfera cênica da representação e da fenomenologia dos comportamentos? Ambas, saliente-se, barreiras estanques – como diques de fato –, dentro dos quais se manteve a maior parte das obras da *Nouvelle Vague* (sem o grau de reflexão e radicalidade crítica do porte daquelas de Godard), mesmo em seus desenvolvimentos mais felizes e inventivos, sem falar de parte significativa da obra posterior dos cineastas que integraram inicialmente esse movimento.

Retomemos o fio da análise abrangendo o primeiro ciclo da obra de Godard, até 1968. Se, de 1959 a 1967 – ou de Patricia (talhada como mercadoria), passando por Nana (objeto dotado de interioridade, nos termos da fenomenologia), até Juliette (que reflete existencial e politicamente sobre os fatores estruturais de sua condição) –, o ganho de complexidade na elaboração das figuras é evidente, a evolução do modo figurativo na obra de Godard não demonstra, porém, a raiz do seu sistema estético. Vale dizer, o desenvolvimento do processo figurativo é secundário na poética de Godard nesse período.

De fato, enquanto no horizonte crítico imediatamente anterior à *Nouvelle Vague*, o *modus operandi* neorrealista e o princípio estético-crítico de André Bazin supunham, ambos, a imagem como vestígio ou índice de uma manifestação maior, contrariamente, no cinema de Godard, a origem semântica da imagem veio a ser esvaziada. Com efeito, por isso não se encontra, no plano ontológico, diferença relevante entre a imagem godardiana e aquela publicitária, conforme, aliás, ressalta o conhecido aforismo godardiano: “*Ce n’est pas une image juste, c’est juste une image*” (“não é a imagem certa; é certamente só uma imagem”).^[xiii] A indistinção é repetida e provocadoramente sublinhada e reiterada, por Godard em diferentes filmes, via paródias de cenas publicitárias...

Em suma, nota-se assim que, enquanto o valor de raiz da imagem mostra-se desprezível nos trabalhos de Godard, o gerador fundamental de sentido e o fator decisivo de significação – que submete o momento figurativo e organiza os dados da obra – é, na realidade do seu trabalho, o curso da montagem. Nesse sentido, a preocupação de Godard com a montagem vem de longe e é notável pela precocidade, como testemunha um artigo – escrito aos vinte e seis anos – sobre o tema para os *Cahiers*, em 1956.^[xiv]

Aí, a independência da intuição do jovem crítico opera quase já como um *turning point* histórico, quando se considera a ascendência, à época, no meio cinematográfico francês, de André Bazin, para cuja concepção ontológica (do cinema), a montagem exercia um papel secundário, diante da primazia atribuída ao plano-sequência, enquanto hipotética imersão direta no fundo de significação dos fenômenos.^[xv]

Montagem em questão

No *turning point* quanto à montagem – e à ontologia do cinema –, anunciado por Godard, reside mais um sinal de parentesco com a nova linguagem pictórica norte-americana que sucedeu ao expressionismo abstrato. Mas, aqui, a equiparação de procedimentos cinematográficos e pictóricos vale apenas se por montagem se entender unicamente a sua primeira operação, isto é, as ações de corte e extração: o ato negativo de interrupção do contexto. Nesse sentido, Rauschenberg, Johns e mesmo a *pop* propriamente dita (Warhol, Rosenquist, Lichtenstein...) praticam recorrentemente a montagem – entendida como descontextualização.

Contudo, atenção: no caso dos norte-americanos, respeitadas as diferenças de estilo e de humor – que vão da rebeldia e da irreverência neodadaísta, da sabotagem individual do preciosismo das belas-artes, até o mal-estar civilizado, glacial e tanático de Warhol – não se distingue em tais usos da montagem qualquer ambição de reflexão histórica maior, enfim, de uma síntese que explicita uma nova inteligibilidade sobre o contexto histórico-social dos signos implicados, mesmo que, para o bom entendedor, baste a meia palavra de Warhol.

Diferentemente, para Godard, a montagem cumpre um papel didático decisivo como geradora de uma nova visão de conjunto. Ela revela aspectos ocultos dos dados visuais extraídos dos diferentes contextos e ressignifica as imagens relacionadas, sintetizando-as segundo um processo de totalização. Assim, por exemplo, uma montagem picotada de

imagens de super-heróis de quadrinhos norte-americanos, em *La Chinoise* (1967), sugere rajadas de metralhadoras, estabelecendo um paralelo fulminante entre o imperialismo cultural e o militar.

Analogamente, em *2 ou 3 Choses...*, a imagem em *close* dos circuitos (envoltos pela fumaça dos cigarros) de um rádio, que transmite o discurso de uma autoridade norte-americana, colhe uma sequência típica de filme caseiro (no caso, a cena da diversão doméstica, na qual dois amigos se entretêm com a escuta banal, após o jantar, de transmissões em ondas-curtas), para transfigurá-la – em cena dramática de filme de guerra. A operação, propiciada pela montagem, que combina som e imagem nos termos acima referidos, abole subitamente todas as barreiras erguidas em torno da vida privada, como esfera protegida dos conflitos históricos externos...

Enfim, os exemplos nesse sentido são incontáveis e recorrem indiscriminadamente no âmbito visual, no sonoro ou no das legendas – aqui, especialmente, mediante a proliferação de chistes, trocadilhos ou jogos de palavras. Desse modo, o projeto reflexivo e totalizador que atende o recurso da montagem, para Godard, salienta-se mediante diferentes traços e em vários níveis, a saber: pela aspiração narrativa, que se manifesta com insistência e via sinais variados; por uma perspectiva de conjunto e politizada da problemática em tela; e também pela leitura, em chave genética, da relação sujeito/objeto, constitutiva da objetividade, segundo referências postas pela fenomenologia francesa (textos de Sartre [1905-1980] e Merleau-Ponty [1908-1961] – ora apropriados pela narração, ora tomados como segmentos de paisagem ou bens do mobiliário urbano, de Paris, ao modo de som ambiente ou de digressões proferidas por figurantes –, vem a ser incluídos nas “colagens” ou *assemblages* sonoras godardianas, em mais de um filme).

Desse modo, Godard afirma, acerca de *2 ou 3 Choses...*, que “este ‘conjunto’ e suas partes (das quais Juliette é a que escolhemos [...]), é preciso descrevê-los, ao mesmo tempo como objetos e como sujeitos. Quero dizer que não posso evitar o fato de que todas as coisas existem conjuntamente a partir do interior e do exterior”.^[xvii]

A seguir, o cineasta refere-se ainda a uma noção de Merleau-Ponty, para explicar e qualificar seu projeto: “(...) tendo podido situar certos fenômenos de conjunto, e continuar ao mesmo tempo a descrever eventos e sentimentos particulares, isso nos levará por fim para mais perto da vida (...). Talvez, se o filme acertar (...), talvez então se revelará o que Merleau-Ponty chamava de *L’existence singulière* (a existência singular) de uma pessoa, em Juliette mais particularmente. Importa em seguida combinar bem esses movimentos uns com os outros”.^[xviii]

Para além da montagem (com Brecht e Benjamin)

Resumindo, para fixar: a montagem tem, para Godard, valor didático e pertence a um projeto cognitivo. Desfaz o fetiche da forma – ou seja, critica o significado cristalizado e encaminha a forma para uma reinterpretação – a fim de preparar uma nova síntese. Desse modo, ao revés da doutrina de Bazin, que priorizava o plano-sequência como portador de uma verdade ontológica, a montagem prevalece, aqui, sobre os seus *topoi* figurativos (o *flâneur*, a prostituta, a cidade-cenário...). E ainda opera como síntese reflexiva, contraposta ao momento descritivo gerado pela objetiva, cujo automatismo de funcionamento, especialmente no registro documentário, é comparável ao regime da *flânerie*, em sua entrega a um horizonte dado de imagens – o da vitrina, por excelência.

Nesse sentido, o princípio sintético da montagem, para Godard, filia-se antes à noção de Brecht (1898-1956) de “pensamento interveniente” (*eingreifendes Denken*), que designa, mediante o efeito de distanciamento (*Verfremdungseffekt*), para além da simples fragmentação ou da interrupção do contexto inicial, uma reinterpretação ou apropriação intelectual – entendida como desnaturalização do objeto e sua inserção numa história aberta, na qual diferentes perspectivas se entrecrocavam...^[xix]

Na teoria de Brecht, o “pensamento interveniente” se opõe à passividade correspondente ao fascínio irradiado pela mercadoria, à identificação por empatia (*Einfühlung*) que estrutura modernamente a contemplação passiva tradicional, de molde originalmente aristotélico – tal como o princípio da montagem para Godard se contrapõe criticamente à incorporação de objetos reificados, às imagens obtidas pela filmagem (como *flânerie*) – e propõe uma visão maior ou totalizante acerca dos temas e objetos envolvidos.

A dimensão filosófica desse ponto de vista, consubstanciado na primazia da montagem, é exposta por Walter Benjamin, que incorporou o termo “princípio da montagem”, provindo do léxico cinematográfico, ao vocabulário filosófico, atribuindo-lhe,

no *Passagen-Werk*, a função de princípio formal do seu pensamento.

Benjamin parte da observação do “princípio da montagem” como próprio às novas técnicas industriais de reprodução da imagem; propõe, na investigação filosófica, algo similar ao uso artístico da montagem, feito no cinema, na fotografia e no teatro, por artistas como Eisenstein (1898-1948), Vertov (1896-1954), John Heartfield (1891-1968) e Brecht. Nos trabalhos destes, recorria-se ao emprego de imagens diametralmente opostas para deflagrar um conflito na perspectiva do espectador, com o fim de originar uma terceira imagem, sintética e mais forte do que a soma das partes precedentes^[xxi]

Nesse sentido, Benjamin concebeu, por sua vez, mediante noções como a de “imagem dialética” ou “ideia-imagem” (*Denkbild*) – resultantes da aplicação do princípio de montagem –, a construção de uma imagem “cujos elementos ideacionais permaneçam irreconciliáveis, em vez de se fundirem numa perspectiva harmônica”.^[xxi] E afirmou expressamente, a propósito do *Passagen-Werk*: “este trabalho deve desenvolver ao máximo a arte de citar *sem usar aspas*.”

Sua teoria está intimamente ligada à da montagem.^[xxii]

Como se sabe, “há outro uso da montagem que cria ilusão ao fundir seus elementos tão habilmente que elimina toda evidência de incompatibilidade e contradição, enfim, toda evidência de artifício”. Tal era, como salienta Buck-Morss, o princípio de construção dos “panoramas” – uma forma de diversão muito popular no século 19 e que está na raiz do cinema. Consistia na apresentação, para observadores individuais, de réplicas artificiais de cenas de batalhas, de paisagens célebres etc.^[xxiii]

Sucedâneo dessa linguagem visual de massa, o realismo, em suas diversas acepções no século 20 (o espetacular, praticado pela indústria de Hollywood; o de Luckács, que Benjamin e Brecht refutam; o neorrealismo, cuja ontologia Bazin expressa), busca a univocidade, a maximização, a otimização e a cristalização das significações. O método para uns e outros, seja para obter o lazer de massa; o alinhamento com a dogmática dos partidos comunistas satélites (de Moscou), ou ainda a compaixão e a comoção moral, é: o do condicionamento emocional da consciência, pela eliminação de dúvidas e efeitos contraditórios de modo geral.

Dialetizar a imagem

Ao revés, Benjamin – em paralelo com Brecht e consoante à orientação antidogmática do *Verfremdungseffekt* e da concepção reflexiva e crítica de ambos acerca do marxismo – propõe a construção da “imagem dialética” e, para isso, o uso da montagem, essencialmente, como questionamento ou prática problematizante, geradora de uma recepção ativa ou práxis visual nas antípodas da fascinação pela mercadoria.

O caso do *flâneur*, tomado como ideia-imagem (*Denkbild*) – pertinente, no caso, ao comportamento geral na sociedade moderna de consumo –, exemplifica o que Benjamin entende por “dialetização da imagem”. Assim, a produção da ideia-imagem do *flâneur* requer a fragmentação de um contexto (o mundo da *flânerie*, nas “passagens” do século 19) e a apropriação de uma parte (a imagem do *flâneur*) a ser reelaborada nos termos de um processo de pesquisa – no caso, a investigação da sociedade moderna a partir das fantasmagorias do consumo. Sociedade moderna que – à luz da aceitação e reprodução em escala de massa de um padrão sensível ligado à gênese do varejo diversificado e massivo e da perspectiva do consumo estendida à jornada inteira, o modo perceptivo do *flâneur* – expõe sua estrutura intrinsecamente arcaica, fundada no fetichismo.

Em suma, na perspectiva filosófica operante no *Passagen-Werk*, cabe à montagem papel decisivo como fator de sínteses no bojo de um projeto crítico-cognitivo de cunho totalizante, no curso do qual a investigação estética da imagem acopla-se àquela da forma-mercadoria e, ainda, a uma prospecção da subjetividade própria à modernidade – da qual não está alheia a descoberta de Freud (1856-1939) dos processos associativos e contraditórios que opacamente constituem os atos de fetichismo.

Godard/pop...

Isso posto e fixada a homologia constitutiva que permite, na quadra descrita, se falar em programa estético-crítico-reflexivo do “consórcio Godard-Brecht-Benjamin”, alguns pontos de apoio comuns, bem como tangências e oposições

revisitadas, ante a *pop art*, se esclarecem. Mas como completar a investigação, sem solver a questão específica decorrente: - “em que medida a obra de Godard pré-68 pertence ou não *pop*?”. Para recapitular, sumariamente:

- tem traços *pop* na medida em que deriva da consciência aguda que a *pop* traz da mercantilização extensa das relações e da fragmentação correspondente do espaço social e de valores. E, tal como no trabalho precursor, antiaurático e antissubjetivo de Rauschenberg, recorre a apropriações, a dissonâncias, à heterogeneidade, à serialidade - restringindo, enfim, o valor de representação da arte;

- analogamente, encontra paralelo com a *pop* na medida em que a sua linguagem, ao negar a profundidade visual ilustrativa da infinitude do espírito, recorre insistentemente a imagens *achataadas* ou unidimensionais e a superfícies descontínuas, segundo os padrões da linguagem gráfica - aí, Godard demonstra desacreditar de uma liberdade absoluta, capaz de prevalecer sobre qualquer condicionamento cultural ou social. Ou, em outras palavras, aproxima-se da *pop*, na medida em que, ao prescindir da tradicional relação de continuidade figura-fundo - própria à concepção de um espaço unificado de representações, à imagem e semelhança do caráter uno e suprassensível da razão - insere decididamente a sua linguagem na circunscrição da imanência e entre as demais formas de produção social;

- o cinema de Godard traz, ainda, traços *pop*, na medida em que a sua linguagem, ao referir insistentemente conteúdos preexistentes, implica uma ação semântica sem naturalidade e autenticidade, que identifica, na ordem dos fenômenos, apenas ocorrências já reificadas ou com um valor social dado - tal como os números, as bandeiras, as latas de cerveja e outros objetos de Jasper Johns e, analogamente, outros ícones da *pop* (cadeiras elétricas, latas de sopa Campbell, efígies de Marilyn, Jackies, Maos etc.)

Contudo, Godard escapa à *pop* na medida em que os seus trabalhos - a despeito do empréstimo de procedimentos de Rauschenberg e Johns e do léxico e da metodologia *pop* em vários tópicos - vão além, superando a mimese *pop* (ainda que irônica) do caos urbano ou do *marketing*. Diferentemente, o cinema de Godard constitui a visualidade como esfera dialógica e superfície de trabalho didático...

Assim, os trabalhos de Godard alcançam também o questionamento da própria premissa da perspectiva *pop* (premissa, salvo engano, não discutida efetivamente por nenhum dos *pop* norte-americanos e nem por seus precursores ditos neodados).

Em conclusão, o cinema de Godard escapa à *pop* na medida em que foge à raiz empirista da cultura norte-americana e à correlata petrificação do processo histórico segundo a premissa capitalista, para introduzir na perspectiva *pop* uma inflexão sintética - que irá determinar criticamente, nos termos do marxismo, a ideia posta da forma-mercadoria como fundamento atual, mas provisório, da organização do trabalho e da produção cultural.

A conclusão de *2 ou 3 Choses...* explicita essa progressão de ideias, que retoma progressivamente o fio do debate ligado ao avanço dos movimentos políticos de trabalhadores no século XX. E afirma a necessidade de superação da forma-mercadoria, como princípio de ordem, ao mostrar, no último plano, várias embalagens no gramado, dispostas de modo a sugerir a visão dos prédios de uma cidade moderna, e concluir: - “já que me levam ao zero é de lá que é preciso recomeçar”.^[xxiii]

Essa visão de conjunto, que implica o fim da dualidade na representação da liberdade humana e do mundo reificado, é que leva o trabalho de Godard - num ato de humor, mas também de perspicácia histórica-, em *La Chinoise* (*A Chinesa*, 1967), a cotejar palavras de ordem da juventude maoísta e o “rock”, no caso, como padrão estético e de comportamento da juventude ocidental.

A “ideia dialética” resultante da convergência desses dois modelos de massificação (o da política chinesa e o da indústria cultural ocidental) desfaz contradições aparentes - distinguindo ritmos e rumos de modernização similares e antecipando proximidades que a diplomacia, com Kissinger (1923) e Nixon (1923-1994), só viria a reconhecer cinco anos depois. Assim, anos antes do reconhecimento diplomático e das centenas de retratos-múltiplos de Warhol, acerca de Mao (1972-3), que se seguiriam ao fato diplomático, o cinema de Godard anteviu, para além das ilusões de ruptura histórico-civilizacional, e inscreveu - numa série de imagens dialéticas - a dinâmica e a rítmica chinesa dentro do universo simbólico da *pop*.

A convergência e a comparação das duas matrizes econômico-simbólicas igualmente indica, consoante a rítmica pujante de então (1967), o desempenho superior e exemplar e, conseqüentemente, a prevalência simbólica, a médio prazo, do padrão

ocidental de coisificação. Com efeito, hoje não é novidade que a cena chinesa, sistemicamente integrada ao comércio global, é o novo *must* do capitalismo avançado.

* **Luiz Renato Martins** é professor-orientador dos PPG em História Econômica (FFLCH-USP) e Artes Visuais (ECA-USP); e autor, entre outros livros, de *The Long Roots of Formalism in Brazil* (Chicago, Haymarket/ HMBS, 2019).

Revisão e assistência de pesquisa: **Gustavo Motta**.

Editado a partir do texto publicado originalmente sob o título “O Cinema e a *pop art*: o *flâneur*, a prostituta e a montagem”, in: Ismail Xavier (org.), *O Cinema no Século*, Rio de Janeiro, Imago, 1996, pp. 319-333.

Notas

[i] Ver Russell Ferguson (ed.), *Hand-Painted Pop American Art in Transition 1955-62*, Los Angeles, The Museum of Contemporary Art, 1993. Para discussões instigantes acerca da obra de Rauschenberg, em curso desde 1949, ver Branden W. Joseph (ed. by), *Robert Rauschenberg/ October Files 4*, Cambridge, Massachusetts, 2002; ver também Walter Hopps and Susan Davidson et alii., *Robert Rauschenberg/ A Retrospective*, New York, Guggenheim, 1997.

[ii] *Parallel of Art and Life*, primeira mostra do The Independent Group, formado em 1952, por Nigel Henderson (1917-85), Eduardo Paolozzi (1924-2005) e outros, ocorreu no ano seguinte, no Institute of Contemporary Arts, em Londres. Trabalhos individuais de Paolozzi que prenunciam claramente o programa da *pop*, contudo, já datam de 1947-48, coincidindo na prática com a implementação do Plano Marshall (1948-52).

[iii] Cf. Tullio Kezich, *Fellini*, Milano, Rizzoli, 1988, p. 183.

[iv] Edições consultadas: Walter Benjamin, *Parigi, Capitale del XIX Secolo: I “passages” di Parigi*, a cura di Rolf Tiedemann, ed. italiana a cura di Giorgio Agamben, trad. vários, Torino, Einaudi, 1986; idem, *Paris, Capitale du XIX Siècle/Le Livre des Passages*, traduction Jean Lacoste d’après l’édition originale établie par Rolf Tiedemann, 2ème édition, Paris, Cerf, 1993, pp. 133-63.

[v] A tradução literal do termo é: “pensamento-imagem”. Para a concepção deste termo por Benjamin, ver Philippe Ivernel, “Passages de frontières: Circulations de l’image épique et dialectique chez Brecht e Benjamin”, in *Hors Cadre/ 6 - Contrebande - 6*, Printemps 1988, Saint-Denis, Presses Universitaires de Vincennes - Université Paris VIII, 1988.

[vi] A ideia de *Urform* deriva, conforme afirma o próprio Benjamin (*Passagen-Werk* 577), do conceito goetheano de *Urphänomen*. Para a correlação dessa ideia com aquela de “imagem dialética” e a oposição de ambas às “essências” da fenomenologia, ver Susan Buck-Morss, “Le Flâneur, L’Homme-sandwich et La Prostituée: Politique de La Flânerie”, in Heinz Wisman (éditeur), *Walter Benjamin et Paris/ Colloque International 27-29 Juin 1983*, Paris, Cerf, 1986, pp. 366-7.

[vii] Galerias comerciais de Paris, espécie de formas ancestrais dos atuais *shopping-centers*.

[viii] Cf. Susan Buck-Morss, *op. cit.*, p. 369.

[ix] *Idem*, pp. 366-7.

[x] *Idem*, p. 369.

[xi] Karl Marx e Friedrich Engels, *Werke*, Berlin, Dietz Verlag, 1960, V, X2, 1, *apud* Susan Buck-Morss, *The Dialectics of Seeing/ Walter Benjamin and the Arcades Project*, Cambridge (MA), The MIT Press, 1991, nota 147, p. 430. Ver ainda Morss, *idem*, pp. 184-185.

[xii] O grupo realizou 4 filmes: *Pravda* (1969), *Vent d’Est* (*Vento do Leste*, 1969), *Lotte in Italia* (*Lutas na Itália*, 1970) e *Vladimir et Rosa* (*Vladimir e Rosa*, 1971). Dois de seus membros, Jean-Henri Roger e Jean-Pierre Gorin, participaram também de outros trabalhos com Godard, não assinados pelo grupo, a saber, Roger, de *British Sounds* (1969); e, Gorin, de *Tout Va Bien* (*Tudo Vai Bem*, 1972) e de *Letter to Jane* (*Carta para Jane*, 1972).

[xiii] Cf. cartela apresentada em *Vent d’Est*, em torno dos 36’40”.

[xiv] “Montage, mon beau souci”, *Cahiers du Cinéma*, 65, décembre 1956. Cf. Alain Bergala (éd.), *Jean-Luc Godard par Jean-Luc Godard*, Paris, Cahiers du Cinéma - Éditions de l’Étoile, 1985, pp. 92-94.

[xv] Fundador dos *Cahiers du Cinema*, André Bazin, muito mais do que um autor de leituras episódicas de filmes, que pontificaram, foi um pensador do cinema cuja concepção ontológica deste – muito influente à época – avizinha-se à filosofia denominada de “personalista”, de Emmanuel Mounier (1905-1950), gerada da mescla de fenomenologia, existencialismo e cristianismo.

[xvi] “Cet ‘ensemble’ et ses parties (dont Juliette est celle à qui nous avons choisi [...]), il faut les décrire, en parler à la fois comme des objets et des sujets. Je veux dire que je ne peux éviter le fait que toutes les choses existent à la fois de l’intérieur et de l’extérieur”. Cf. Jean-Luc Godard, “Jean-Luc Godard: ma démarche en quatre mouvements”, *apud* Alain Bergala, “*Deux ou trois choses que je sais d’elle*, ou Philosophie de la sensation”/ articles et documents rassemblés par Alain Bergala”, livret, p. 11, in J.-L. Godard, *2 ou 3 Choses que Je Sais D’Elle*, DVD Argos Films – Arte France Développement EDV 236/ INA, 2004.

[xvii] “(...) d’avoir pu dégager certains phénomènes d’ensemble, tout en continuant à décrire des événements et des sentiments particuliers, ceci nous amènera finalement plus près de la vie (...) Peut-être, si le film est réussi (...), peut-être alors que se révélera ce que Merleau-Ponty appelait *L’existence singulière* d’une personne, en Juliette plus particulièrement. Il s’agit ensuite de bien mélanger ces mouvements les uns avec les autres”. Cf. Jean-Luc Godard, *2 ou 3 Choses que Je Sais d’Elle/Découpage intégral*, Paris, Seuil/Avant-Scène, 1971, pp. 15-16, republicado em A. Bergala, *op. cit.*, pp. 12-3.

[xviii] Ver Ivernel, *op. cit.*, pp. 137-8.

[xix] Ver Morss, *The Dialectics ...*, notas 8, 9 e 10, p. 394. Sobre o uso da montagem na URSS, na Alemanha, na Holanda e nos EUA, consultar: Matthew Teitelbaum (ed.), *Montage and Modern Life/1919-1942* (catalogue, Maud Lavin ... [et al.], exhibition curators, The Institute of Contemporary Art, Boston, April 7-June 7, 1992), Cambridge (MA), The MIT Press, 1992.

[xx] Cf. Morss, *The Dialectics...*, p. 67.

[xxi] Grifos meus. *Apud id.*, *ib.*. Ver também Walter Benjamin, *Passagens*, org. Willi Bolle, trad. Irene Aron e Cleonice Mourão, Belo Horizonte / São Paulo, Ed. UFMG / Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2007, p. 500 (N 1, 10).

[xxii] Morss, *The Dialectics...*, p. 67.

[xxiii] Cf. *2 ou 3 Choses que Je Sais d’Elle*, 1967, em torno de 86’25”.