



## A questão da forma no documentário político<sup>1</sup>

Ana Rosa Marques<sup>2</sup>

### Resumo

A discussão sobre um modelo formal para o documentário tem permeado o debate acerca deste gênero audiovisual. Tomando *Surplus* (2003) como objeto, este artigo analisa a relação entre estética e política no filme. Ao invés de defender um ideal formal, propomos verificar com quais objetivos e como as formas operam dentro do filme, além de observar o diálogo que estabelecem com o espectador e com o contexto histórico.

### Palavras-chave

Documentário; videoclipe; estética; política

Um caráter formalista tem polarizado as discussões em torno do documentário político. Na busca por uma forma ideal para representar questões políticas, uma tendência mais tradicional defende uma estética realista opondo-se a uma vertente de inspiração vanguardista que advoga pela ruptura com o realismo.

Para os adeptos da estética realista, com a organização linear, racional e objetiva das imagens e sons, a abordagem de um tema se tornaria mais acessível e influente sobre a audiência. Usando técnicas já familiares ao grande público, como a voz em *off* e entrevistas com especialistas, o documentário poderia se comunicar com um maior número de pessoas.

A partir dos anos 70, este método passou a ser bastante criticado por realizadores e teóricos que viam as formas realistas como um reflexo da ideologia dominante e uma dissimulação das contradições do mundo. Para eles, revelar as convenções que organizam a representação fílmica levaria ao desvendamento das relações de poder que regem a realidade. Desta maneira, as formas auto-reflexivas seriam a solução para desmascarar a manipulação do real.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Comunicação Audiovisual

<sup>2</sup> Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Documentarista e Professora de Vídeo da Kabum Escola de Arte e Tecnologia. E-mail: arosamarques@uol.com.br



O que verificamos, no entanto, é que o aspecto estético não é garantia de um selo revolucionário. A forma, se observada isoladamente não assegura uma feição politicamente mais progressista ao filme. Ela deve ser analisada em relação ao diálogo que estabelece com o espectador e com seu contexto histórico. Assim, tomando o documentário *Surplus* como objeto de estudo, deveremos discutir neste artigo os princípios de um filme democrático.

*Surplus* (2003) é um documentário sueco de 52 minutos feito para a TV pública daquele país e demorou três anos sendo realizado. Foi dirigido pelo cineasta Erik Gandini que gravou na Índia, EUA, Cuba, Hungria, Itália e na própria Suécia em suporte digital e película. O filme discute a cultura do consumo e seus efeitos ambientais, econômicos e sociais. Em seu aspecto formal, possui muitas das características constituintes do que comumente se chama de linguagem do videoclipe, tais como: imagens estilizadas e virtuosísticas, uso intenso de músicas, ênfase no sentimento e na emoção, centralidade no ritmo, montagem fragmentada e descontínua, manipulação e inversão temporal (as câmeras lentas, os movimentos de trás para frente) e citação a outros estilos audiovisuais.

Além disso, há diversos momentos em que a própria narrativa parece se transformar em seqüências musicais. Cada idéia é colocada ou ilustrada através de uma condensação de imagem e música. A apresentação de alguns dos entrevistados remete à performance dos cantores nos videoclipes. A referência ao videoclipe, portanto, é bastante clara. O que se questiona aqui é: qual o objetivo do uso desta linguagem?

A apropriação desta linguagem pode responder a propósitos distintos, mas não necessariamente excludentes. Segundo o teórico Bill Nichols, “as mesmas estratégias formais podem servir a mais de um propósito político a depender de outros aspectos específicos do texto, da localização contextual e da resposta do espectador” (1994, p.118). Vejamos a seguir os objetivos de *Surplus*.

### **O ativismo político contra-ataca**

Imagens do movimento anti-globalização em Gênova em 2001. Jovens enfrentam a polícia nas ruas. Ouvimos o discurso de Fidel contra a sociedade de consumo e a favor de um mundo melhor. Corta para o ex-primeiro ministro italiano Silvio Berlusconi acusando os manifestantes de promoverem a violência. Uma voz em *off* contesta que atacar propriedade privada não é violência. Corta para jovens sendo



espancados pela polícia. O protesto acaba com a morte de um dos manifestantes. Ouvem-se os gritos “*polícia assassina*”.

Nesta seqüência de abertura, *Surplus* já apresenta sua idéia: a sociedade de consumo está transformando o mundo num verdadeiro caos. É necessário deter este processo de destruição e a violência contra os meios de produção do mundo capitalista é uma alternativa de solução. Resumido assim, essa argumentação não parece ter muito poder de convencimento. A função da retórica é, portanto, nos levar ao consentimento.

Conforme Bill Nichols (1997), no documentário, a persuasão da retórica pode ser feita através de provas materiais (como testemunhas, confissões, documentos, objetos) extraídas da realidade para apoiar a argumentação e garantir sua base persuasiva. Recorre-se também a “provas artísticas”, ou seja, estratégias criadas pelo autor do filme cujo poder de convencimento, “dependem da qualidade de construção do texto, da persuasão de suas representações e reivindicações de autenticidade” (NICHOLS, 1997, p. 182). As provas artísticas, segundo uma categorização proposta pela retórica aristotélica, podem ser divididas em éticas, emocionais ou demonstrativas.

As provas éticas se amparam em uma autoridade moral de quem apresenta ou conduz a narrativa. Em *Surplus* quem assume o papel de narrador na verdade é um entrevistado: o escritor John Zerzan. São suas idéias e argumentos que guiam o filme. É o único entrevistado em primeiro plano com um fundo neutro. Suas falas aparecem constantemente (em *off* ou não) e as imagens as confirmam ou defendem.

As provas emocionais se fundamentam em apelações à disposição emocional do público e sua eficácia costuma depender de nossos laços afetivos prévios com a representação. Ironizar com figuras políticas ou poderosas é quase uma garantia de conquista da audiência. Como não rir diante de uma montagem que literalmente coloca na boca de Bush, Berlusconi ou Bill Gates que “Eu não quero outro Big Mac”, “Eu não quero um carro luxuoso”? Em outro clipe um executivo da Microsoft grita de um palco que ama sua empresa, enquanto funcionários executam suas funções quase catatonicamente. O sentimento de justiça também é invocado quando, por exemplo, se abordam as conseqüências desastrosas do consumismo americano para o resto do mundo.

As provas demonstrativas são exemplos colhidos na realidade, mas apresentadas eliminando-se toda a informação que atrapalhe a persuasão. Desta maneira, para provar que as promessas de uma carreira, dinheiro e prestígio não trazem felicidade, o filme



nos apresenta um bem-sucedido, porém deprimido e insatisfeito jovem profissional do ramo da informática.

Conforme Michael Renov (1993, p. 30), “a linha básica da persuasão de qualquer obra de não-ficção é a sua ‘pretensão de verdade’”. A reivindicação de veracidade de *Surplus* se ancora principalmente na manipulação expressiva da imagem e do som. Desta maneira, o filme vai se apropriar das estratégias estilísticas e retóricas do videoclipe procurando nos convencer mais pela sensorialidade e emoções que desperta e menos na comprovação objetiva do argumento.

Além disso, a força de convencimento das provas materiais e artísticas é potencializada pela apresentação criativa. Dados e estatísticas, por exemplo, são apresentados como parte das letras das músicas nos clipes. A exibição desses números é importante para garantir um caráter científico ao argumento, mas só se torna de fato significativa porque é mostrada de uma forma lúdica ao espectador. Os argumentos de Zerzan se fossem apresentados isoladamente teriam pouco apelo. Não parece muito razoável pregar a destruição dos meios de produção como forma de paralisar o arrasamento do planeta. Mas essa idéia ganha força e poder de sedução quando seguida de um clipe impactante de imagens e músicas que defende o argumento. Como no videoclipe, as imagens de *Surplus* têm um valor plástico incrível. De máquinas que desabam numa indústria a planos da cidade captados em baixa velocidade, valorizando suas cores, luzes e formas, o que importa é atrair e impressionar o olhar.

A repetição é o conceito chave de *Surplus*. Da mesma forma que no videoclipe, a narrativa parece se tornar circular com a repetição das imagens, com a retomada de argumentos que foram interrompidos em algum momento. A conversão dos argumentos em *slogans* se revela como um recurso de exposição de idéias mais prático, pois assim a informação é condensada e repetida inúmeras vezes.

O ritmo no filme, não só da música como da imagem, é essencial na criação de um nível emocional e no envolvimento do espectador. A narrativa de *Surplus* prioriza mais a criação de ritmo do que a explanação dos depoimentos. A entrevista com uma garota cubana sobre sua viagem à Europa, onde descobriu um mundo fascinante de hambúrgueres, batatas fritas e refrigerantes é interrompida diversas vezes por falas de Fidel, imagens de desfile de moda, de praias, etc. construindo assim uma narrativa heterogênea e dinâmica. No entanto, a não-linearidade e a fragmentação da narrativa não impossibilitam que se chegue a um desfecho. A garota então conclui que o único ganho que sua empolgação alimentar lhe trouxe foram os muitos quilos a mais.

Outra demonstração da importância do ritmo na argumentação é a exposição de idéias através de *slogans*. Diversas frases de efeito são retiradas dos depoimentos (“O desejo de consumo aterroriza você” dita por Zerzan) ou de imagens de outdoors (“Abaixo o consumismo”) e convertidas em *slogans*. Muitas vezes, o volume e o timbre da voz são modificados por *samplers*. As frases orais são descorporificadas, tiradas do seu contexto, perdem seu estatuto de depoimento para serem usadas como artifício de propaganda.

O contraste (de ritmos e de emoções) é utilizado no envolvimento da audiência. Uma seqüência alterna a performance bastante neurótica de Ballmer, um executivo da Microsoft, diante de uma platéia e a de Fidel perante seus compatriotas. O público de ambos responde hipnotizado, seja cumprindo roboticamente seus afazeres no escritório ou com palavras de ordem em Cuba. Nesta seqüência, o ritmo de imagens e música vai crescendo arrebatadamente e de repente pára, a música cessa e somos colocados diante de operários indianos em péssimas condições de trabalho que olham diretamente para a câmera. Há um silêncio. A passagem brusca do clipe frenético para essas imagens visa nos causar um choque. É como se dependesse do espectador a solução para um problema que nem o capitalismo nem o socialismo conseguiram dar conta. Há um jogo de manipulação emocional, passamos da angústia (gerada pela montagem que acentua a neurose contida na performance de Ballmer e Fidel) à indignação (os operários pedem com o olhar uma solução). Esta estratégia nos remete à estética dos documentários de propaganda política analisada por Leif Furhammar e Folke Isaksson:

A acentuação de contrastes talvez seja o recurso estilístico mais importante na 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 nenhum para dúvida na mente da platéia. Em cada caso o contraste serve para forçar o espectador a uma adesão inevitável e inequívoca” (FURHAMMAR e ISAKSSON, 1976, p. 158-159).

O apelo emocional é fundamental na persuasão. Diferentemente dos antigos filmes de propaganda política que buscavam insuflar a indignação do espectador para estimular a agressividade contra os inimigos, *Surplus* provoca a indignação com a desmoralização de seu inimigo. É com deboche que busca miná-lo (como na citada seqüência onde se insere frases *nonsense* na boca de homens poderosos).

Ainda que a solução do problema seja apresentada desde o começo do filme, é mais próximo ao final que *Surplus* faz o apelo mais fortemente emocional ao espectador. Após uma entrevista de Zerzan justificando porque os protestos contra a

cultura do consumo precisam ser violentos e porque uma volta ao primitivismo é uma saída plausível, vemos uma interminável pilha de pneus que se acumulam num terreno a perder de vista. Assim, conforme o filme, sem uma reação enérgica, será este o destino do planeta.

A opção estética tomada por *Surplus* vai além de um mero suporte do tema, é também objeto de crítica do filme. Utilizando estratégias reflexivas como a ironia, a paródia e a sátira, o filme alude à sua própria forma (inspirada no videoclipe) porque pretende intensificar a consciência do espectador de como as linguagens estão imbricadas na construção de sentidos e valores do sistema capitalista. Desse modo, discutindo a linguagem como instrumento de uma ideologia e propondo um uso subversivo dela, o filme se defende de uma possível interpretação da apropriação dessas estratégias estilísticas como um mero floreio ou pastiche.

O questionamento dos pressupostos da tradição do documentário e a denúncia da natureza de construção da representação se tornaram condição política *sine qua non* nas décadas de 70 e 80. Atualmente, no entanto, observa-se que a reflexividade não é necessariamente garantia de uma visão progressista. A TV comercial, por exemplo, é mestre na utilização de estratégias reflexivas como: revelação das estruturas de representação (mostrar câmeras, monitores, etc.), interrupção do fluxo narrativo e mescla de gêneros. Mas a forma pasteurizada no uso desses procedimentos mostra que, ao invés de gerar um posicionamento crítico, eles podem também ser um efeito formal. De programas de TV, como *Beavis and Butthead* e, para usar um exemplo tupiniquim, *A Turma do Didi*, da TV Globo (no qual o comediante mostra a falsidade dos cenários), a reflexividade no audiovisual contemporâneo parece ter se tornado regra, “mas quase sempre com uma atitude decididamente irônica que contempla entediada e cansada toda possibilidade de posicionamento político” (STAM, 2001, p. 346).

Isso não invalida os mecanismos reflexivos como estratégia de conscientização do espectador, mas seus efeitos vão depender muito de sua interação com os outros elementos do texto, da localização contextual, do nível de informação do espectador, entre outros fatores. Isto reforça a nossa postura de que não existe uma solução formal *a priori* para fazer um documentário crítico.

Um dos exemplos mais interessantes da utilização paródica do videoclipe é na apresentação do personagem Svante. A vida deste jovem bem sucedido do ramo da informática é apresentada através de um clipe de imagens do seu cotidiano acompanhado por uma melodia triste e da sua voz em *off* dizendo que o dinheiro não lhe



traz felicidade. A plasticidade dos cenários, o virtuosismo dos movimentos de câmera e a performance dos personagens (Svante e seus amigos) para a câmera têm a função menos de comprovar uma autenticidade documental (as situações são obviamente encenadas e dirigidas) e mais de criar um conceito de jovem frustrado. A artificialidade da apresentação de Svante tem um efeito paródico porque remete a como o videoclipe constrói uma imagem dos astros da música associando-o a determinado comportamento.

Através da sátira também se busca inquirir a respeito de uma situação social problemática. A citada seqüência que equipara o executivo da Microsoft a Fidel faz uma referência à performance de um cantor de rock que estimula o delírio de seus fãs. Tanto o *yuppie* quanto o presidente cubano usam técnicas de excitação do seu público para manipulá-lo. Desta maneira, o filme critica tanto as estratégias de marketing do capitalismo quanto os métodos ditatoriais do regime comunista.

O humor é dirigido para todos os lados, contra o inimigo e até ao próprio filme. Em diversos momentos *Surplus* refere-se a si mesmo de um modo bastante intrigante: é quando Zerzan diz que violência não é destruir a propriedade privada e sim ficar em casa assistindo MTV. Ora, de alguma forma, *Surplus* se assemelha ao videoclipe, gênero audiovisual difundido principalmente via a emissora televisiva. A autoironia não é gratuita. De nada adianta o espectador apenas se conscientizar se não há uma mobilização real. Esse recurso autoreflexivo tem a intenção de lembrar ao público que o que se passa ali na tela é apenas uma representação e que a mudança social, objetivo (quimérico) do filme, depende de uma atitude do espectador.

Assim o “estilo do inimigo” é seqüestrado para convencer o público e conscientizá-lo sobre os modos como a ideologia do adversário se expressa (ou seja, as linguagens) e também para incentivar o espectador a uma tomada de atitude, a uma ação a favor da mudança. Para Bill Nichols, a intenção política colocada na paródia e na sátira, a depender da recepção do público, faz mais que ridicularizar ou perturbar uma convenção documental: “A conscientização vai mais além da experiência imediata do texto chegando até uma práxis social, que resulta mais concebível graças a sua representação documental” (NICHOLS, 1997, p.114). Ainda que panfletário e, de certo modo, equivocado (pois aponta uma solução unívoca para um problema bastante complexo), *Surplus* mantém até o final o objetivo de mobilizar seu espectador num engajamento com a realidade.

## **Novo Protesto**

*Surplus* então aponta para uma forma de construir um discurso político em consonância com um novo modo de ativismo que começa a se intensificar a partir dos anos 90. Fundamentalmente ideológico, ele busca minar o “inimigo” (os governos neoliberais, as grandes corporações econômicas) através de técnicas de protesto lúdico-artísticas usando as próprias armas do inimigo (suas linguagens ou seus meios de comunicação). É o que Robert Stam chama de ‘jiu-jitsu artístico’. Para o autor, esta é uma estratégia que se adequa muito bem às necessidades dos “desvalidos” exatamente por voltar contra o dominador os instrumentos usados na dominação (STAM, 1993, p. 176).

Essa tática tem assumido diversas configurações nos movimentos políticos contemporâneos. O coletivo italiano Luther Blisset planta informações falsas na mídia para mostrar a manipulação das notícias denominando a sua ação de “guerrilha midiática”. A organização canadense ADBUSTERS elabora produtos e campanhas com a linguagem publicitária críticos à cultura do consumo.

Na verdade, podemos dizer que esses movimentos se inspiram em diversas correntes artísticas que se apropriaram de modo subversivo da linguagem do sistema dominante, a exemplo do Surrealismo e do Situacionismo. De Dalí a Cocteau, de Césaire a Breton, os surrealistas chocavam o público utilizando as convenções artísticas e literárias de um modo completamente inesperado criticando, desta maneira, as formas hegemônicas de representação e expressão (DOWNING, 2002).

Mas é no cinema, especificamente no documentário, que um filme nos chama a atenção por sua criatividade na manipulação subversiva da força inimigo. Em 1965, o cineasta cubano Santiago Alvarez fez o curta *Now!* O filme mostra negros espancados por policiais nas fotografias e imagens de arquivo pirateados ao som da canção homônima interpretada pela cantora americana Lena Home. As imagens impactantes combinadas com a potente voz e ritmo da canção fazem uma denúncia da discriminação racial nos EUA. Foi com as técnicas publicitárias desenvolvidas pelos americanos que Alvarez se inspirou para fazer seu cinema revolucionário. O curta se tornou um clássico do documentário e hoje é considerado um precursor do videoclipe.

No entanto, com o objetivo de convencer o espectador a qualquer custo, *Surplus* corre o grande risco de se confundir com aquele que critica (a retórica do consumo), devido à manipulação de emoções, sentimentos e informações com que constrói a sua argumentação e, principalmente, pela relação autoritária que estabelece com seu

espectador. Essa manipulação se esconde sob uma “roupagem” de narrativa não-linear, afirmação enviesada de verdades sobre o mundo, turvamento da transparência narrativa e não-utilização de voz em *off*. De fato, aqui não há a clássica voz *off*, geralmente considerada um recurso autoritário do documentário. Mas *Surplus* usa a voz *off* sob a forma camuflada dos depoimentos de John Zerzan. São suas idéias e falas que controlam a argumentação do filme.

A “voz do inimigo” é usada apenas para ser rebatida, muitas vezes pelo próprio Zerzan. Entre os exemplos que podemos citar, há um pronunciamento de Bush afirmando que o objetivo do terrorismo é impedir o consumo seguido da réplica de Zerzan: terror é ser obrigado a consumir. Um clipe de imagens envolventes e impactantes confirma e apóia o escritor resolvendo a questão. Oposições como essa fazem pensar que há um certo confronto de idéias operando no filme, mas essa é uma falsa impressão porque ao invés de tensionar as opiniões diferentes, permitindo que o espectador também tome sua própria posição, *Surplus* impõe uma concordância.

Se as falas dos “donos do poder” são sempre contestadas (como Bush, Berlusconi, Bill Gates), as dos demais entrevistados em geral ratificam, comprovam ou exemplificam os argumentos colocados. Não há nenhuma entrevista que os tensione, contradiga ou desvie. Desta maneira, as pessoas participam mais como provas das asserções do filme e menos como sujeitos que elaboram o discurso fílmico junto ao enunciatador.

Existe, portanto, uma pseudo-pluralidade de vozes. Na verdade, o filme defende um ponto de vista único encarnado na pessoa de John Zerzan. Não é que aqui se defenda o não-posicionamento em relação ao assunto. Acreditamos que no documentário, principalmente o que tenha preocupações sociais, a tomada de postura é indispensável, conforme argumenta o cineasta Jean Vigo: “O documentário social se distingue do simples documentário e dos cine jornais pelo ponto de vista que seu autor defende. O documentário social exige que o autor tome posição, que coloque os pingos nos i” (1997, p.178). Mas defender uma opinião não impossibilita mostrar os diversos pontos de vista sobre uma mesma questão. É a diversidade de opiniões que possibilita o surgimento de conflitos, de tensão entre o texto e a realidade, e estimula a participação do espectador que, diante das contradições, é chamado a se posicionar.

Desta maneira, as informações que possam desviar, tensionar ou contradizer a retórica do filme são eliminadas e os diversos recursos são utilizados para moldar a resposta do espectador em determinada direção. Para impor um ponto de vista, diversas

questões que poderiam criar fissuras na argumentação (e enriquecê-la) são ignoradas ou resolvidas facilmente. Quando a garota cubana começa a contar a história sobre seu consumo desenfreado numa viagem à Europa, seu depoimento poderia abrir para um debate mais complexo que é o desejo de consumir, mas a narrativa desta história se encerra com vozes em *off* de Fidel recriminando o comportamento consumista e com a própria garota confessando sobre o vazio de sua empolgação.

Ao invés de colocar o espectador em uma situação em que ele precise refletir e tirar sua própria conclusão, *Surplus* termina o assunto induzindo a um posicionamento. O fechamento da questão impede sua problematização, seu aprofundamento. Busca-se, desta forma, limitar a polissemia na interpretação e garantir a “transmissão de uma mensagem”.

Para evitar interpretações não programadas, *Surplus* se utiliza da fala de Zerzan e de clipes para concluir algumas idéias. As afirmações também são feitas por *slogans* que se repetem diversas vezes. Esses recursos são indispensáveis para evitar que o espectador se disperse por causa do virtuosismo estilístico. Por detrás de uma narrativa circular, evasiva, lúdica até por propor um papel ativo do espectador de fazer associações, há uma estratégia de levar à uma conclusão bem delimitada. E se *Surplus* lida com um espectador menos atento as idéias colocadas, ele o convence pela emoção e sensação provocadas pela descarga de sons e imagens. Esses elementos buscam levar espectador ao êxtase e deste modo torná-lo mais vulnerável à retórica do filme.

Para defender a sua tese, *Surplus* simplifica um tema bastante complexo. A questão da cultura do consumo é muito mais intrincada que o filme faz parecer ser e excede ao controle de qualquer forma narrativa. Mas para dar conta de tal complexidade, a retórica de *Surplus* muitas vezes distorce, faz simplificações, busca vilões (os governos, a indústria, os meios de transporte, a tecnologia e a propaganda). Ao encontrar soluções para os conflitos que apresenta, ao impor uma clausura na sua argumentação, *Surplus* diminui a importância de seu tema. Porque se há uma solução tão fácil assim, é porque o problema então não tinha uma dimensão tão grande.

### **Breves conclusões:**

Quando *Surplus* foi escolhido entre um dos melhores filmes do prestigiado *International Documentary Filmfestival* de 2003, em Amsterdã, o júri assim justificou a premiação: “Por sua originalidade, senso de humor, ironia, energia e virtuosidade visual, o prêmio *Silver Wolf* vai para *Surplus*”. Este documentário, de fato, surpreende



porque substitui a denúncia melancólica ou rancorosa do “sistema” (muito frequente no cinema militante) por um discurso lúdico.

O que verificamos em *Surplus*, no entanto, é que a exploração das potencialidades expressivas está mais em função de convencer o público do que fazê-lo interrogar a realidade. Para persuadir o espectador vale tudo, portanto, de selecionar a informação à meia verdade, de manipular sentimentos e sensações a impor significados. Se o principal objetivo é transmitir eficazmente uma mensagem, não pode haver espaço para dúvida. Desta maneira, se tenta controlar as ambigüidades que uma narrativa tão heterogênea e fragmentada possa gerar.

Assim, embora experimente em termos de linguagem, *Surplus* é bastante conservador em sua concepção de documentário como um instrumento de doutrinação política. Dentro do velho esquema emissor-receptor, não existe uma relação democrática entre o filme e o espectador. Um ímpeto verdadeiramente de ruptura questiona a sua própria autoridade no processo de construção do saber.

A demonstração da complexidade da realidade (que um filme não consegue e nem deve esgotar) que aponte para um desejo de transformação social e a construção compartilhada de conhecimento entre o texto e seu espectador são fatores fundamentais para elevar o conceito de cinema político como algo além de um meio de passar uma mensagem.

### **Referências bibliográficas:**

ÁLVAREZ, Santiago “Arte y Compromiso”. In: ANTONIO, Paulo (ed.). **Cine Documental en América Latina**. Madrid: Cátedra, 2003. p. 458-460.

ASSIS, Erico Gonçalves. **O Novo Protesto: Táticas de Manifestação Mdiatizadas em Movimentos Sociais**. Disponível em: [www.pontomidia.com.br/eric/rodape/eric\\_oassis](http://www.pontomidia.com.br/eric/rodape/eric_oassis). Acesso em 25/01/2006.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. 9ª edição. São Paulo: Hucitec, 1999.

BARSAM, Richard. **Nonfiction Film – A critical history revised and expanded**. Indiana: Indiana University Press, 1992.

BLISSET, Luther. A arte da comunicação-guerrilha. In: **Luther, Blisset. Guerrilla Psíquica**. São Paulo: Conrad Editora, 2001. Coleção Baderna. p. 27-42.

BREITROSE, Henry. Nuevas Tendencias en el documental. In: URRUTI, Juan Francisco (org). **Escenarios de fin de siglo: nuevas tendencias del cine documental**. México: Centro de Capacitación Cinematográfica, 1998. p.11-15.



CHION, Michel. Televisión, clip, vídeo. In: **La Audiovisión. Introducción a un análisis de la imagen y el sonido**. Barcelona: Paidós, 1993. p. 149-158.

DANCYGER, Ken. **Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DA-RIN, Silvio. **Espelho Partido**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2004.

DOWNING, John. Arte, estética, mídia radical e comunicação. In: **Mídia Radical. Rebeldia nas Comunicações e Movimentos Sociais**. São Paulo: Senac, 2002. p. 95-107.

DURÁ-GRIMALT, Raul. **Los videoclips – Precedentes, orígenes y características**. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, 1988.

FURHAMMAR, Leif e ISAKSSON, Folke. A estética da propaganda. In: \_\_\_\_\_. **Cinema e Política**. Tradução: Júlio Cezar Montenegro. Rio de Janeiro. Paz e Terra, 1976. p.145 – 211.

GOODWIN, Andrew. A musicology of the image. In: \_\_\_\_\_. **Dancing in the Distraction Factory – Music Television and Popular Culture**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992.

KLEINHANS, Chuck. Forms, Politics, Makers, and Contexts: Basic Issues for a Theory of Radical Political Documentary. In: VAUGH. Thomas. **Show Us Life: Toward a History and Aesthetics of The Committed Documentary**. London: The Scarecrow Press, 1984. p. 318-343.

LEGUIZAMÓN, Juan Anselmo. **Videoclips – Una exploración en torno a su estructuración formal y funcionamiento socio-cultural**. Santiago del Estero, 1997. Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Santiago del Estero. Mimeo.

NICHOLS, Bill. **Blurred Bounderies**. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1994.

\_\_\_\_\_. **La representación de la realidad – cuestiones y conceptos sobre el documental**. Barcelona: Paidós, 1997.

RENOV, Michael. The Truth About Non-Fiction. In: RENOV, Michael (ed). **Theorizing Documentary**. London-New York: Routledge, 1993. p. 1-11.

\_\_\_\_\_. Toward a Poetics of Documentary. In: RENOV, Michael (ed). **Theorizing Documentary**. London-New York: Routledge, 1993.p.12-36

STAM, Robert. Mikhail Baktin e a crítica cultural de esquerda. In: KAPLAN, E. Ann (org). **O Mal-estar no pós-modernismo. Teorias e práticas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

\_\_\_\_\_. **Teorías del Cine: Una Introducción**. Barcelona: Paidós, 2001.

VERTOV, Dziga. Novos Problemas da Forma Cinematográfica. In: XAVIER, Ismail. **A experiência do cinema: Antologia**. Rio de Janeiro: Edições Graal: Embrafilme, 1983. p. 263-266.

VIGO, Jean. **Um ponto de vista documentado**. Cinemais, n.08, Rio de Janeiro, 1997. p. 177-178.

WINSTON, Brian. A maldição do “jornalístico”. In: MOURÃO, Maria Dora e LABAKY, Amir. **O cinema do real**. São Paulo, Cosac Naify, 2005. p. 14-25.

\_\_\_\_\_. Towards a Post-griersonian Documentary. In: \_\_\_\_\_. **Claiming the real: The Documentary Film Revisited**. London, BFI: 1995. p. 251-258.



WOLLEN, Peter. Cinema e Política. In: XAVIER, Ismail (org). **O Cinema no Século**. Rio de Janeiro: Imago, 1996. p. 71-85.