

Saber em viagem – os *travelogues* no amálgama entre realidade e espetáculo

Travel knowledge – the travelogues in an amalgam of reality and spectacle

■ MARTANA BALTA R*

RESUMO

Este artigo procura refletir sobre as conexões, nem tão dicotômicas assim, entre os discursos legitimados socialmente como realidade e os discursos amparados na noção de espetáculo e de entretenimento. Enfoca, para tanto, o universo dos *travelogues* – os filmes de viagem – muito populares entre os anos 1910 e 1930, em especial no contexto norte-americano. Por um lado, os *travelogues* ajudaram a moldar a narrativa documentária, reafirmando certo lugar de legitimidade educativo/científico; por outro, mobilizavam um desejo de espetáculo e um fascínio para com as tecnologias de reprodutibilidade que já exercia no imaginário popular um lugar privilegiado como forma ambígua de entretenimento e conhecimento, desde o final do século XIX.

Palavras-chave: efeito de real, efeito de espetáculo, *travelogue*

ABSTRACT

This article reflects on the connections, not always so dichotomous, between socially legitimized discourses like reality and the discourses leaning on the notion of spectacle and entertainment, focusing thus on the universe of *travelogues* – trip movies – very popular between between 1910 and 1930, especially in the context of the United States of America. On one side, the *travelogues* helped to shape the documentary narrative, reaffirming a certain scientific/educational legitimacy; on another hand, they mobilized a desire for spectacle and fascination with media reproduction technology that already had a privileged place in the popular imagination as an ambiguous form of entertainment and knowledge since the end of the 19th century.

Keywords: reality effect, spectacle effect, *travelogue*

* Professora da Graduação em Estudos de Mídia da Universidade Federal Fluminense (UFF) e do PPGCom da UFF. Doutora em Análise da Imagem e do Som pela UFF, com passagem pela New York University. E-mail: marianabaltar@gmail.com

1. Este artigo é uma versão ampliada da conferência apresentada no VI Congresso de História da Mídia da Rede Alfredo de Carvalho, realizado na UFF em 2008, sob o título de *A Narrativa Documental no amálgama entre educação, escrita da história e espetáculo*. Ele também marca um mergulho nos gêneros vinculados às narrativas de excesso empreendido no âmbito do *Nex!!! – Núcleo de Estudos do Excesso nas Narrativas Audiovisuais*, grupo de pesquisa que coordeno junto ao PPGCom/UFF e que recebeu verbas Faperj, no âmbito do programa auxílio instalação, em 2010.

INTRODUÇÃO

Towering above all else as an animal picture is a melodramatic story of native life in the jungle. Its continuity is perfect and the tale logical in all angles excepting here or there when the natives are doing chase stuff or escaping. (...) In fact, as a natural history lesson there could be no better than *Chang* (*Variety*, 1927).

<p><i>What Is CHANG?</i></p> <p>CHANG is not a travel picture —it is not an animal hunt picture— nor is it an educational picture.</p> <p>CHANG is a melodrama—a story of the jungle and of a man —Kru the pioneer. Like our own pioneers, Kru ever blazed his way farther into the unknown.</p> <p>CHANG is a powerful screen masterpiece replete with comedy and thrills—a picture with the most dramatic climax that has ever been</p>	<p>filmed—the utter destruction of an entire village by 300 wild ele- phants.</p> <p>A Paramount Picture produced by Merian Cooper and Ernest Schoedsack.</p> <p>Continuous showings—Doors open 11:30 A. M.</p> <p>POPULAR PRICES</p> <p>RIVOLI</p> <p>8th Big Week B'way at 49th</p>
---	---

Anúncio publicado no New York Times, em 8 de junho de 1927

1. Esta expressão poderia ser traduzida como “Inacreditável drama das selvas!”

“AMAZING JUNGLE DRAMA!”¹ exclama o anúncio do filme *Gorilla Hunt* na edição de 27 de fevereiro de 1927 do jornal *New York Times*. A crítica da revista *Variety*, de três meses antes, elogiava esse mesmo filme, tratando-o como novidade na medida em que intensificava a mistura dos já estabelecidos *travelogues* com o universo dramático do campo ficcional, formando uma narrativa atravessada por pitadas de drama e comédia.

Em abril de 1927, por ocasião do lançamento de *Chang*, a crítica do mesmo jornal exaltava esta produção de Ernest B. Schoedsack e Merian C. Cooper como uma extraordinária experiência que transcendia os costumeiros filmes de caçada e de vida selvagem:

Esta nova obra é original, ao lado da qual, todo grande filme de caçadas parece esmaecido e insignificante; através de seu inteligente arranjo de sequências, estabeleceu-se uma conjunção entre uma excelente comédia e os excitantes episódios (*The New York Times*, 1927).

Em diversos momentos ao longo de *Chang*, toques de comédia e efeitos de suspense e aventura se apresentam negociados às clássicas cenas tipicamente documentais as quais mostram o modo de vida do outro, no caso, da família de Kru, nas ilhas do norte do Sião, na Tailândia. Tais cenas são estruturadas numa espécie de montagem paralela, alternando o documental e o cômico ou o *aventuresco*, a exemplo da passagem em que o macaquinho de estimação da família protagonista do filme é perseguido por um tigre.

As piadas envolvendo o macaco Bimbo (como um plano ponto de vista dele a olhar o bebê da família ou a presença de cartelas que simulam sua fala, tais como “Alguém para esse tigre!!”), ou o drama do filhote de elefante (Chang) capturado e aprisionado por Kru, pontuam o filme com o mesmo destaque das diversas cenas em que narrativa investe na descrição das técnicas de fabricação de uma *armadilha primitiva* e outras ações da *vida selvagem*. Argumento que esse paralelismo afirma uma negociação que atendia ao que era considerado, ambos, os desejos do público na época: o entretenimento e o conhecimento dos modos de vida de um povo exótico, articulando assim, a um só tempo, o discurso positivista/eurocêntrico e o imaginário espetacular que conformava o gosto popular de então.

Travelogues como *Chang* ou *Grass*, o primeiro filme da dupla Cooper e Schoedsack², operam uma articulação entre os discursos legitimados de definição e representação da realidade e as práticas de entretenimento e espetáculo; constituindo, na esteira do sucesso de *Nanook of the North* (Robert Flaherty, 1922) a matriz principal a partir da qual vai-se institucionalizar o gênero documentário ao longo dos anos 1930.

Tais filmes, bem como diversos *travelogues* do período, são casos paradigmáticos que acabam por reafirmar o imaginário que engendrou a experiência do cinema e que, mais do que separar esferas de conhecimento e entretenimento, realidade e espetáculo, colocam-nas juntas para saciar o gosto popular³.

De fato, o que se vê nesses filmes é uma negociação perfeita de dois efeitos que são experimentados em conjunto, mas que ocupam lugares de fala e legitimidade distintos (em que pese, nesse sentido, as implicações histórias e discursivas disto): o efeito de real (tal como teorizado por Roland Barthes) e o que desejo chamar de *efeito de espetáculo* (e que em alguns casos constitui-se a partir da incorporação intertextual, no âmbito da narrativa, de estratégias vinculadas à matriz do melodrama).

No presente artigo, não tratarei das incorporações do melodrama⁴, buscando, ao invés disso, centrar-me no cotejo mais geral da questão do espetáculo tomado como esfera de articulação de um sentimento de maravilhamento e de sedução que não raro (e esse é precisamente o caso dos *travelogues*) naturalizam e neutralizam as implicações políticas e ideológicas do discurso positivista e eurocêntrico. O maravilhamento e a sedução, articulados através dos *efeitos de espetáculo*, engendram a dimensão do entretenimento, tecendo com isso um múltiplo e ambivalente convite ao espectador, um convite circular entre o saber, o poder e o prazer.

De modo mais específico, tais efeitos são centrais para o projeto do documentarismo clássico, a despeito de sua *aura* de sobriedade pedagógica. Num

2. É interessante ressaltar que Merian C. Cooper e Ernest B. Schoedsack são figuras importantes dentro de um universo de produção que liga o gosto pelo exótico e pela viagem temperados pela junção entre a excitação do *thriller* e a legitimação do real. Ambos estão destacados neste artigo pelo seu trabalho na realização de *Grass e Chang*, mas não podemos esquecer que o mesmo imaginário atravessou a direção do grande sucesso *King Kong* (1933), primeira empreitada ficcional da dupla, também produzida e distribuída pela Paramount.

3. É preciso reiterar que é justamente por este poder de, ao mesmo tempo, ensinar e seduzir (saciando um duplo desejo por conhecimento e espetáculo) que tal matriz, que tem em Robert Flaherty seu maior nome, constituiu-se o modelo para o tipo de cinema engajado proposto no projeto liberal e pedagógico de John Grierson e a escola de documentarismo inglesa. Sobre tal movimento e suas implicações, conferir Winston (1995).

4. Sobre as dimensões e implicações do diálogo mais específico com o melodramático conferir a tese de doutoramento de Baltar (2007).

desdobramento mais geral, argumento que a noção de *efeito de espetáculo* constitui-se numa categoria pertinente para encaminhar o olhar analítico para grande parte dos discursos que circulam na cultura midiática audiovisual ainda e mesmo no contexto da contemporaneidade.

EFEITO DE REAL E EFEITO DE ESPETÁCULO – O IMAGINÁRIO DE “MARAVILHAMENTO” CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO.

“O cinema sempre oscilou entre dois pólos, o de fornecer um novo padrão de representação realista e (simultaneamente) o de apresentar um sentido de irrealidade, um reino de fantasmas impalpáveis”, escreve Tom Gunning (1996: 25) em ensaio dedicado a traçar o imaginário que possibilitou o aparecimento do cinema. Neste artigo, o autor pensa o cinema em um contexto de correlação entre a realidade e o espetáculo, mostrando como ele faz parte de um conjunto de outras invenções do século XIX que compartilhavam de uma tradição que remonta a, pelo menos, desde o Iluminismo.

Se o cinema deriva dessa variada genealogia da fascinação ótica que embaraça os pólos separados do entretenimento ótico e da demonstração científica, a real invenção dos dispositivos cinematográficos no final do século XIX por Marey, Demeny, Edson e Lumière ensaiou esse *pas-de-deux* com elegância comprimida (...) Dessa vez, entretanto, a disputa não mais opunha um ocultismo doentio a uma nascente ciência secular. Em vez disso, uma ciência empírica, crescentemente desconfiada da evidência visual, confrontava-se com uma cultura popular que atingia audiências em constante expansão, através da reprodução mecânica de atrações visuais (Gunning, 1996: 35).

O artigo de Gunning, portanto, dá conta de um imaginário que informa sobre um cenário de valorização da ciência e da disseminação desta como espetáculo, pois em paralelo a um processo de desencantamento do mundo (como diria Max Weber) há um processo do que poderíamos chamar de *maravilhamento* da descoberta racional/científica do mundo.

Diversos autores se dedicam a pensar tais questões, bem como suas implicações a partir das análises de práticas como as feiras universais, os parques temáticos, os museus de cera, os espetáculos ilusionistas entre outras, associadas, sobretudo, à experiência da vida moderna⁵. Não cabe aqui refazer totalmente esse percurso, mas apontar cotejos mais específicos que reafirmam o surgimento do cinema como herdeiro – como efeito e instrumento – deste imaginário.

Uma lógica geral reafirmada em práticas do final do século XIX e primeira década do XX, tais como as palestras ilustradas (*travel lectures*), os panoramas nas feiras e exposições universais, os museus de cera e as visitas à sala

5. Nesse sentido, remeto aos trabalhos de Jonathan Crary, além do próprio Tom Gunning, Ben Singer, Leo Charney e Vanessa R. Schwartz. Os artigos dos autores podem ser conferidos em português na coletânea *Cinema e a invenção da vida moderna*, organizada por Charney e Schwartz (2001). Para uma reflexão sobre a associação entre discurso antropológico e espetáculo no contexto das feiras universais e parques temáticos, remeto ao trabalho de Alison Griffiths (2002).

de exposição do necrotério de Paris (essas três últimas analisadas no artigo de Schwartz, 2001). Encontra-se nessas práticas dispositivos semelhantes que tanto as legitimam como discurso de real – colocando em operação estratégias e elementos narrativos consagrados pelo discurso científico, o histórico e o jornalístico – bem como estratégias oriundas do domínio do espetáculo. Face a esse amálgama, a experiência de espetatorialidade também se articula num duplo espaço, ambíguo, sensacional, perceptivamente coerente com o cenário de hiperestímulos⁶, saturação e incertezas que marcaram a alta modernidade. Ou, nas palavras de Ben Singer, “um mundo fenomenal – especificamente urbano – que era marcadamente mais rápido, caótico, fragmentado e desorientador do que as fases anteriores da cultura humana” (2001: 116).

Se a demarcação precisa do início da modernidade é algo em aberto, pois dependendo do viés (moral/político, socioeconômico, cognitivo, neurológico) abordado seus traços variam em séculos, o conjunto de transformações que vão consolidando tal formação histórica são inconfundíveis. Entre seus pilares estão a instauração de um modo de organização social e de vida específicos, a associação entre ciência e tecnologia catalisando uma imensa explosão econômica, demográfica e sociopolítica, com distintas formas de produção e consumo.

Nesse sentido, diversos autores – Anthony Giddens (1991), Krishan Kumar (2006), entre outros – advogam pela intrínseca imbricação entre revolução científica e industrial no forjar da modernidade, em que um novo paradigma de racionalidade – pautada na experimentação e na valorização da racionalidade como característica humana a ser exaltada – orienta, ao lado da instância moral, a normatização das subjetividades. Nesse processo, contudo, percebe-se como o racionalismo não exclui outro paradigma, igualmente importante e fundamental para o projeto da modernidade e que diz respeito a um complexo jogo sensorio e sentimental intenso, associando a experiência da vida moderna a um duplo lugar de razão-ordenamento e “profusão de impressões, choques, saltos” (Singer, 2001b: 35).

No argumento desenvolvido por Singer (2001 e 2001b), é justamente esse duplo e ambíguo lugar que gera o boom de *um comércio de choques sensoriais*, ou a *sensacionalização* dos entretenimentos comerciais. Entre eles, o cinema, os museus, as feiras e exposições universais que faziam circular, como realidade e maravilhamento, os aparatos gerados a partir das novidades científicas, as imagens etnográficas e as tecnologias de reprodução sonora e imagética.

Analisando os panoramas nas feiras e exposições universais, Musée Grévin e as extremamente populares visitas à sala de exposição do Necrotério de Paris, Vanessa R. Schwartz procura associar esse mesmo cenário identificado por Singer ao gosto do público pela realidade.

6. Este termo foi cunhado por Michael M. Davis em 1911, fazendo referência (e acentuando melodramaticamente, diria) ao conceito de estímulo de Georg Simmel, desenvolvido no ensaio *A Metrópole e a vida mental*, escrito em 1903.

P

Saber em viagem – os *travelogues* no amálgama entre realidade e espetáculo

A vida em Paris, pretendo mostrar aqui, tornou-se fortemente identificada com o espetáculo. A vida real era vivenciada como um *show*, mas, ao mesmo tempo, os *shows* tornavam-se cada vez mais parecidos com a vida (Schwartz, 2001: 411).

Ao analisar as cenas de cera montadas pelo Musée Grévin, a autora ressalta as estratégias empreendidas pelo museu para ancorar suas reproduções de cera em molduras mais realistas, destacando a atenção dispensada a detalhes da cena, fazendo uso de objetos reais ou réplicas que “criavam cenários reconhecíveis, taxonômicos e apropriados para as figuras – mininarrativas na forma de um olho mágico dirigido à vida parisiense” (Schwartz, 2001: 422).

O repertório exposto nas salas do museu mudava de modo rápido e dinâmico, frequentemente colocando em cena fatos e personalidades também comentados e tratados pelos jornais, formando quase um passeio narrativo pela vida da época compartilhada e, por isso, plenamente reconhecível pelo público. Para Schwartz, tais características marcavam um realismo aprimorado, pois tomavam o próprio jornal como modelo, e ao mesmo tempo, traziam uma forte dimensão de identificação espetacular e sensacional, antecipando, em forma e modo de espetacularidade, a experiência do cinema. Ao cabo, o argumento da autora é em direção de reafirmar:

o modo como a realidade era transformada em espetáculo (como no necrotério) ao mesmo tempo que os espetáculos eram obsessivamente realistas. (...) O estudo das observações da época indica que, como em qualquer aparato tecnológico, o efeito-realidade também residia na capacidade dos espectadores de fazer conexões entre espetáculos que viam e as narrativas familiares da imprensa que já conheciam (Schwartz, 2001: 435).

É em sentido análogo ao argumentado por Singer e Schwartz, entre outros, que se afirma aqui a articulação de um duplo efeito que estará presente também no caso exemplar dos *travelogues*: o de real e o de espetáculo.

Roland Barthes apresenta a ideia de um *efeito de real* no ensaio com o mesmo nome, escrito em 1968. Nele, o autor desenvolve, de certa maneira, duas linhas de argumentação: as considerações a respeito do efeito de real como elemento construído nas narrativas e as limitações de uma análise unicamente estrutural (crítica esta que Barthes formaliza no livro *S/Z*, publicado originalmente em 1970 com base nos seminários apresentados por ele, em Paris, entre 1968 e 1969).

Já no início de *O efeito de real*, Barthes (1986) argumenta que a análise estrutural deixa de considerar diversos aspectos do processo de significar do texto, e um desses aspectos é justamente o papel da descrição, tomada pelo método estrutural como detalhes insignificantes (ou *pormenores supérfluos*, como escreve o autor). Contudo, argumenta Barthes, são exatamente esses detalhes que produzem não só um efeito estético de beleza, mas um senso de real.

São justamente as descrições detalhadas que Barthes reconhece em autores como Gustav Flaubert e Michelet, que articulam na narrativa o *efeito de real*. Tal aspecto seria desconsiderado ou subestimado em uma análise de base estrutural, pois ele não teria um sentido predicativo, não teria uma função causal, sendo sua estrutura interna meramente um somatório de elementos. Na contramão, portanto, desse tipo de análise e argumento, Barthes empreende, nesse ensaio, toda uma reflexão do papel das descrições como elementos simbólicos que convidam o leitor a estabelecer com o texto uma espécie de crença na realidade da narrativa.

Segundo Barthes, as descrições acabam por implicar um efeito de real, pois vinculam-se a ele na correspondência entre o descrito, o referencial, e o mundo histórico do leitor. Num certo sentido, portanto, as motivações das descrições mudam, embora seu forte apelo estético permaneça.

Tomando os escritos de Flaubert como exemplo, Barthes argumenta como, então, as descrições passam a assumir uma ideia de plausibilidade, de coerência para com a realidade partilhada pelo leitor:

Assim, embora as descrições de Rouen sejam um tanto irrelevantes para a estrutura narrativa de *Madame Bovary* (...) tal não é de todo escandaloso, é justificável, se não pela lógica do trabalho, ao menos pelas leis da literatura, seu ‘sentido’ existe, e depende de uma conformidade não com o modelo, mas com as regras da representação (...) o alvo estético de uma descrição flaubertiana é intrinsecamente associada aos imperativos do ‘realismo’, como se a exatidão do referente, superior ou indiferente a qualquer outra função, governasse e justificasse a descrição por si só (Barthes, 1986: 145).

Para desenvolver seu argumento, Barthes empreende certa genealogia do papel da descrição na cultura ocidental, apontando como é a partir da modernidade que ela passa a adquirir tal caráter de correspondência às referências do mundo. Não sem razão, pois é justamente no projeto de modernidade que uma certa concepção de História passa a ser um modelo narrativo a ser seguido, organizando, em alguma medida, um olhar unificante à experiência do mundo ao imputar uma certa noção de progresso linear.

Assim, a mudança no papel das descrições faz parte das mudanças nas estruturas narrativas que tomam a *História* como modelo, de certa maneira exaltando, a exemplo desta, a causalidade e a evidência⁷. As narrativas históricas e suas constantes afirmações de evidência colocam em uso diversas *tecnologias* que, segundo aponta o autor, ensinam como se deve descrever no cenário da modernidade. “A realidade concreta passa a ser justificativa suficiente para a fala” (Barthes, 1986: 146).

7. É claro que Barthes está nesse momento tomando como referência uma dada concepção de História engendrada pela modernidade a qual o próprio campo teórico da História, sobretudo a partir da *École des Annales*, tratou de problematizar.

Barthes argumenta que as descrições, nas narrativas literárias, não afirmam exatamente o papel de evidência, tal como nas narrativas históricas, mas se vinculam a elas, pois *carregam* seu sentido, sua conotação, seu efeito: “tudo o que elas fazem – sem dizer exatamente – é significar isto; (...) afirmando nada além de: *nós somos o real*” (Barthes, 1986:148).

É de certa forma fácil reconhecer, no campo do cinema não ficcional, os elementos que conduzem o *efeito de real*, reafirmando, portanto, a legitimidade do discurso na sua correlação ao domínio racional/cientificista. O olhar que encara a câmera, a posição natural dos corpos e objetos, o plano médio com os movimentos de câmera que investem na descrição (da ação e dos modos de ser e viver do *objeto* retratado), bem como o elemento da narração em voz *over* e, posteriormente, da entrevista, são alguns destes elementos.

Não cabe aqui recuperar como genealógicamente estes elementos se vinculam a um uso *científico* das imagens reprodutíveis, especialmente no domínio da antropologia física. Entretanto, vale apontar que esta filiação engendra seus efeitos de real⁸, pois atualizam os procedimentos das fotografias e filmes que circulavam para o público em geral, e não apenas o acadêmico, e cujos discursos eram revestidos de um estatuto cientificista (garantido especialmente através do patrocínio e da sanção dos museus e outros centros acadêmicos).

É interessante notar que muito desses produtos acabavam circulando como atrações das exposições nos museus de história natural, das feiras universais e através de palestras ilustradas itinerantes, operando um intenso movimento de popularização do saber científico:

filmes etnográficos antes de 1915 formaram parte do léxico visual da cultura popular americana. Por exemplo, não era incomum ao público dos *nickelodeons* ver filmes como *Life of Japan* na mesma sessão que um melodrama ou uma comédia pastelão (Griffiths, 2002: xxvi).

A autoridade etnográfica conferida a esses produtos que circulavam comercialmente acabaram combinando duas fontes de atração e espetáculo para o sujeito do início do século XX: o real reproduzido pela imagem fotográfica e o *outro* exótico – reforçando assim um sentimento que Alison Griffiths (2002) define como um “maravilhamento pela diferença” (*wondrous difference* é o termo usado).

Esse circuito a um só tempo científico e popular reafirma o imaginário de comunhão entre saber e espetáculo que marcou o século XIX e atravessou o surgimento do cinema. E é permeado por esse sentimento que surge, nas primeiras décadas do século XX, o gênero *travelogue*, ou filmes de viagem, descendente direto das palestras ilustradas itinerantes em prática desde o final do século anterior.

8. É importante lembrar que as primeiras imagens realizadas em campo antropológico datam de 1898, portanto apenas três anos depois da *invenção* do cinematógrafo. Tais imagens foram tomadas por Alfred Cort Haddon durante sua expedição a Torres Strait, grupo de ilhas entre a costa da Austrália e Papua Nova Guiné. “Graças aos filmes e às fotografias, o psicólogo, o etnógrafo, o sociólogo, o linguista e o folclorista vão coletar em seus laboratórios todas as maneiras de várias etnias e será possível acessar a vida real a qualquer momento”, exaltava, em 1895, o médico e antropólogo francês, Félix-Louis Regnault. Ver *Capítulo 1* em Baltar, 2007. Sobre isso, conferir também Alison Griffiths (2002).

Tal espírito, de combinação entre o real e o entretenimento, torna possível pensar em outro efeito articulado por essas narrativas. Um efeito que tece o sentimento de maravilhamento, marcando, assim a noção de espetáculo. Dessa maneira, tomando o argumento de Barthes como inspiração, quero apontar as marcas de um *efeito de espetáculo* operado no universo dos *travelogues* que se relaciona a, de um lado, identificação com os exploradores, frequentemente presentes na narrativa (mobilizando o sentimento de aventura), e de outro, exaltação das maravilhas tecnológicas (saciando o desejo do olhar o outro possibilitado pela tecnologia). Em muitos casos, como nos filmes do casal Osa e Martin Johnson (financiados pelo Museu Americano de História Natural e distribuídos comercialmente pela Fox), a identificação e fascinação com os exploradores eram reforçadas pelo investimento em um modelo de família burguesa e, nesse sentido, Osa era representada como esposa e aventureira, tanto pelos filmes, quanto pela publicidade em torno deles.



Foto de Osa Johnson em campo divulgada na imprensa da época como peça publicitária dos filmes do casal financiados pelo Museu Americano de História Natural e distribuídos comercialmente pela Fox. Fonte: MoMA (NY)

OS TRAVELOGUES – MOBILIZANDO O DESEJO DE OLHAR E VIAJAR SEM SAIR DO LUGAR⁹

Os *travelogues*, ou filmes de expedição, ocupavam tanto os circuitos comerciais de cinema quanto o circuito educativo (salões de igrejas e centros comunitários, por exemplo), que antes era utilizado pelas palestras ilustradas itinerantes e que também abrigou os primeiros *nickelodeons*. Posteriormente, por volta dos anos 1920, os *travelogues* passaram a frequentar os chamados teatros de *newsreel* (salas exclusivas para a exibição de filmes de não ficção e jornais audiovisuais).

O termo *travelogue* foi cunhado em 1903 por Burton Holmes, empreendedor da área de entretenimento, que viajava ministrando palestras ilustradas pelas mais variadas imagens, de fotografias a *slides*, às recém captadas *vistas*. Na verdade, os eventos de Holmes ou de outros tantos que, como ele, construíram as rotas de circulação de imagens em movimento, incluíam diversos tipos de imagens e de filmes. Como parte desse programa, constituindo o que eles classificavam como a porção de *entretenimento educacional refinado*, estava a exibição de pequenos filmes de temáticas variadas, que, em geral, traziam cenas capturadas nas mais longínquas partes do mundo, produzidas, sobretudo, pelos Irmãos Lumière, pelos cineastas da *Pathé* e pela *Edson Company* (os chamados *Conquest Pictures*, muitos deles realizados por Edwin S. Porter) no final do século XIX e na primeira década do século XX:

9. Claro está que toda a tradição dos *travelogues* se liga à consolidação do imaginário em torno da viagem e à articulação da indústria do turismo, ambos aspectos significativos do projeto de modernidade. Seria interessante articular, na esteira de uma análise comparativa e intertextual, tais práticas com o fascínio mobilizado desde há muito antes da consolidação da modernidade, pela literatura de viagens. Tal caminho, contudo, ultrapassaria os propósitos do presente artigo.

no início dos anos 1900s, o *travelogue* poderia lidar com um espectro maior de questões: o viajante poderia se apresentar como um *expert* em história, literatura, esportes (cobrindo as olimpíadas de verão), em conflitos globais (tendo visitado a Rússia e o Japão, Burton Holmes organizou programas sobre a guerra Russo-Japonesa), políticas ecológicas (visitando *Yellowstone* e outras áreas selvagens), etc. (Musser, 1990:123).

O repertório era realmente vasto. O catálogo da empresa dos Lumière, por exemplo, incluía imagens do Egito, Japão, México, Tunísia, além de cenas das ruas das principais metrópoles da Europa. Sem dúvida, essas *vistas* – em geral filmes com menos de um minuto de duração, com um único plano o qual mostra as ações do cotidiano que se desenrola diante de uma câmera imóvel – formularam a raiz do *travelogue* ao atuarem como fomentadores de um gosto popular pelas imagens do diferente, do distante. Tal gosto se associa às demandas da nascente indústria turística, e muito do apelo do *travelogue* se dá em relação ao desenvolvimento dessa cultura do turismo:

de todos os gêneros etnográficos em circulação no período do primeiro cinema, era os filmes de expedição (ou os *travelogues*) que mais coerentemente cooptaram a noção de verdade etnográfica, estabelecendo uma fusão entre o discurso antropológico com a nascente indústria de viagens (Griffiths, 2002: 203).

Aos poucos, os *travelogues* vão se sofisticando em relação à duração e montagem de suas imagens, na medida em que os próprios exibidores/palestrantes começam a realizar seus filmes, além de incorporar em suas palestras ilustradas itinerantes imagens das muitas expedições científicas, financiadas em geral por museus, em curso ao longo da década de 1920.

Burton Holmes será um dos mais produtivos realizadores de *travelogues* dessa, digamos, primeira geração (ou seja, das duas primeiras décadas do século passado). Além de Holmes, destacava-se, no cenário norte-americano, Lyman H. Howe, embora ele não tenha exatamente feito filmes. Ambos eram como *showmens*, realizando, em combinação com a exibição dos filmes, comentários explicativos em forma de palestras, que ao mesmo tempo em que agregavam valor científico ao evento como um todo, auxiliavam no processo de sedução do público dada a dimensão espetacular da performance. Em um dos muitos documentos arquivados sobre o período, em acervos como os do Museu de Arte Moderna de Nova York, é possível ver uma fotografia de Holmes usando um kimono japonês como figurino para a série de palestras sobre o Japão, parte do programa *Around the World Series*, que realizou no *Brooklyn Institute of Arts and Sciences*, em 1909.

Os filmes que ilustravam essas palestras, justamente os *travelogues*, em geral se estruturavam para simular a situação de viagem. Não raro, suas cenas iniciais mostravam ilustrações de mapas, para situar geograficamente seu espectador, ou traziam planos de trilhos de trem ou imagens que simulavam o ponto de vista de um navio. A partir daí, as imagens da rua ou dos locais exóticos, com seus sujeitos a encarar a câmera em uma performance, seja dos seus modos de vida, seja de rituais ou danças.

A partir do final da década de 1920, quando a situação de produção e de exibição de filmes se modificou – já num cenário de institucionalização da nascente indústria cinematográfica e da ficção clássica narrativa e com a instauração de salas comerciais de exibição de cinema, ou com a consolidação de um circuito, ainda que alternativo, exclusivo para a exibição de filmes – os *travelogues*, acompanhando tal mudança, passaram a apresentar uma narrativa mais estruturada, dispensando, de certa maneira, o comentário da palestra, incorporando-o através de alguma linearidade narrativa que recontava os passos da expedição, através de intertítulos e, posteriormente, de uma locução em voz *over*.

Nesse contexto, os *travelogues* ficaram cada vez mais vinculados às expedições científicas financiadas por museus, notadamente o Museu Americano de História Natural. Tais filmes, que buscavam inserir situações cômicas, de ação e de emoção, notadamente de certo suspense, traziam entre seus letreiros de abertura uma espécie de selo de garantia que afirmava a participação do museu, na verdade sua sanção, em que ficavam ressaltados os objetivos da empreitada através das seguintes palavras: *Pesquisa, Exploração, Educação, Exibição*.

Esse selo conforma uma moldura para que o público se relacione com o filme como discurso de realidade (portanto, um efeito de real), orientando assim a experiência de espectadorialidade em direção a um lugar de fala alinhado aos discursos de sobriedade (para usarmos a expressão consagrada de Bill Nichols).

Uma outra estratégia para estabelecer tal vínculo era estruturar, na ocasião de lançamento, a exposição de alguns objetos e artefatos relacionados ao tema do filme, que, não por acaso, eram exibidos de maneira semelhante à organização de um museu. Tal estratégia seguiu até por volta dos anos 1950, quando os *travelogues* ainda mantinham relativo prestígio, embora ocupassem diferentes circuitos de mediação comercial.

No lançamento de *Latiko: we saw primitive man* (Edgar Monsanto Queeny, 1951), por exemplo, artefatos, mapas e fotografias das expedições de Queeny ao Sudão eram exibidos no lobby da sala de cinema:

Estas apresentações semelhantes às de um museu estabelecem um efeito educativo para o público dos cinemas ao mesmo tempo em que autenticam as imagens exóticas vistas nas telas (Staples, 2005:54).

Latiko: we saw primitive man faz parte de uma tradição de *travelogues* comercialmente distribuídos – a maioria comprados pelos já estabelecidos estúdios de Hollywood, sobretudo a Fox, a MGM e a Paramount – realizados sob o patrocínio do Museu Americano de História Natural desde o final dos anos 1920.

Ao longo da década de 1930, a popularidade dos *travelogues* junto ao público que frequentava as salas comerciais de cinema era grande, fazendo com que tais filmes merecessem atenção da imprensa especializada, notadamente a revista semanal de artes e entretenimento americana *Variety*, além de matérias em jornais como o *The New York Times*.

Segundo a *Variety*, em 1931, cerca de 100 expedições estavam planejadas. Na edição de 7 de janeiro, os colunistas da revista explicavam que a

razão para tal atividade é a atual popularidade dessas filmagens educativas. No período mudo, os *travelogues* eram considerados meros substitutos, mas desde a chegada dos efeitos sonoros e das palavras que descrevem o material, as obras vêm conquistando maiores audiências do que as comédias (*Variety*, 1931).

No entanto, a despeito do enfoque dado pela *Variety*, a trajetória de sucesso popular do gênero vinha de muito antes.

A chegada do som de fato revitalizou os *travelogues* na medida em que substituiu os comentários dos palestrantes e pôde organizar, de maneira um pouco mais linear, tanto os momentos de caráter informacional quanto aqueles de apelo mais espetacular.

Nos *travelogues*, uma mesma voz *over* – herdeira direta das locuções de rádio, com seu tom impostado e sério – exercia o papel informativo/explicativo e fazia os comentários mais triviais, acentuando dessa maneira a dimensão espetacular. A sonoridade desta voz mantinha a eloquência e impositação e tal entonação atendia à dupla função educativa e espetacularmente atrativa.

GRASS, DE COOPER E SCHOEDSACK, E A ÁFRICA DO CASAL OSA E MARTIN JOHNSON

Um dos *travelogues* de maior sucesso foi *Grass* (1925), primeiro filme de Merian C. Cooper e Ernest Schoedsack. Antes de realizar *Chang*, em 1927, a dupla já havia empreendido a bem-sucedida experiência com o gênero a partir das filmagens da expedição realizada em conjunto com a repórter Margueritte Harrison.

O filme acompanha a migração da tribo seminômade Bakhtiari, na região hoje pertencente ao Irã. As cartelas iniciais do filme explicam o tema, apresentam os exploradores (intercalando o texto com imagens de cada um dos três) e descrevem a experiência como épica. Tal procedimento acaba se

constituindo como um efeito de espetáculo, pois potencializa a identificação com os exploradores em seu percurso de aventura.

Nesse sentido, Margueritte é apresentada como heroína deste cinema de aventura e o filme investe em descrever suas ações em meio aos homens da tribo, mostrando-a a se preparar para dormir na cabana da caravana, da mesma maneira em que investe em descrever os modos de vida e as paisagens locais.

Grass começou a circular inicialmente como um filme para as palestras ilustradas, ministradas pelo próprio Cooper. Porém, devido à imensa popularidade dessas palestras, logo o filme foi comprado pela Paramount e distribuído comercialmente. Motivados pelo sucesso de *Grass*, Cooper e Schoedsack partiram para realizar *Chang*, cuja publicidade de lançamento (indicada como epígrafe deste artigo) reafirmava o caráter melodramático de sua narrativa ao lado dos apelos da realidade.

Entre os *travelogues* de maior efeito de espetáculo, destacam-se os produzidos pelo casal de exploradores Osa e Martin Johnson. A obra dos dois é peculiar por diversas razões. A principal delas é que o casal combina perfeitamente um discurso de autoridade científica com um convite ao entretenimento, inserindo, numa narrativa em primeira pessoa que dá conta do cotidiano das expedições à África, constantemente, piadas e comentários triviais realizados para convocar a um engajamento mais afetivo o espectador comum. Um de seus filmes, *Across the World with Mr. and Mrs. Johnson* (1930) começa com imagens do apartamento do casal em Nova York, no melhor estilo filme de família¹⁰.

Em *Congorilla* (1932), distribuído comercialmente pela Fox, a voz de Martin vai narrando as imagens da expedição, dirigindo-se explicitamente ao público através de frases como “você vai ver e ouvir o primeiro filme sonoro já feito na África...” ou “desse jeito, qualquer explorador se pergunta por que afinal ele saiu de casa...”. Tais frases afirmam um maravilhamento pela tecnologia, constituindo-se, dessa forma, em efeito de espetáculo. O filme reconta, cronologicamente, a expedição, primeiro apresentando a vida animal e depois o encontro com diversos grupos africanos, que são descritos em seus costumes por longas sequências de planos médios em que é possível ver performances de danças e muitos olhares em direção à câmera.

Os efeitos de espetáculo são mais marcadamente articulados na segunda metade do filme, quando o casal encontra um grupo de pigmeus e a voz de Martin afirma que aquela é uma das grandes aventuras da sua carreira. Em uma das sequências dessa segunda parte, os pigmeus mostram sua dança – numa imagem recorrente entre os filmes etnográficos – para então, na cena seguinte, Osa aparecer dançando com os pigmeus um *jazz* moderno, segundo informa a voz *over*. A sequência, marcada por muitos olhares diretos para a câmera, deixa

10. Martin e Osa produziram cinco filmes de expedição, três deles distribuídos pela Fox, entre 1928 e 1937, além de vários outros filmes para as palestras ilustradas (ou seja, versões diferentes do material filmado organizadas para o circuito exclusivamente educativo).

explícita a situação de interação entre eles e, na mesma medida, a interação com a câmera, reforçando uma dupla sensação – a do conhecimento daquela distante realidade e da excitação provocada por esse conhecimento.

Como articulação de efeitos de espetáculo, o caso dos Johnson é notável também pela atenção dada pela mídia através das críticas dos filmes e pelo interesse na vida privada do casal. Em mais de uma ocasião, a imprensa publicou matérias em suplementos femininos exaltando o espírito aventureiro e ao mesmo tempo dedicado de Osa, combinando os papéis de cientista e esposa. Em 21 de abril de 1940, três anos após a morte de Martin, o magazine do *The New York Times* realizou uma reportagem especial, em que recontava os 25 anos de carreira do casal. Nela, Osa declarou sobre o marido e a carreira:

Ele se propôs a preservar para a posteridade o registro da vida selvagem de seu tempo. Eu vivi uma vida gloriosa ao seu lado e tenho certeza que o ajudei um pouco. Em cada lugar que acampávamos, eu tentava fazer um lar (*The New York Times*, 1940).

Estas matérias, da ordem do extrafílmico, acabavam funcionando como um intertexto em relação aos filmes do casal, corroborando as aparições de Osa nos filmes e seus efeitos de espetáculo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É comum afirmar como um traço do contemporâneo o borramento de barreiras entre o estatuto informativo dos discursos *do* e sobre o real (onde se insere o campo documental) e a dimensão espetacular das narrativas de entretenimento, mais comumente associadas ao campo ficcional. Contudo, se tomarmos os dois casos analisados mais pontualmente neste artigo (*Grass* e os filmes produzidos pelo casal Osa e Martin Johnson), constataremos como desde sempre esteve presente a dimensão da circularidade entre as marcas discursivas que sustentam a autoridade socialmente compartilhada do campo do não ficcional e as marcas discussivas tradicionalmente associadas às narrativas de espetáculo e entretenimento. Nesse sentido, os *travelogues* são um excelente *locus* de verificação desta dimensão circular entre o real e o espetáculo ao longo da consolidação do projeto de modernidade.

Em sua forma tradicional, o *travelogue* demonstra a historicidade desse fluxo, ligando-o ao contexto de consolidação do projeto de modernidade. Entretanto, também é preciso marcar que esta tradição não se esgotou no final dos anos 1940, mas, de muitos modos, é atualizada na contemporaneidade. Ela se modificou, perdendo talvez seu imaginário mais explicitamente positivista, passando a ocupar outros circuitos comerciais, sobretudo televisivos; manteve,

no entanto, a associação entre o desejo da viagem e do encontro com um *outro* exótico ou simplesmente diferente, e a sedução audiovisual que possibilita certa satisfação desse desejo. Mantendo, principalmente, seu lugar de fala legitimado como discurso do/sobre o real, sustentado a partir dos efeitos de real, em articulação intensa (circular) com as fruições sensoriais e de entretenimento mobilizadas pelos efeitos de espetáculo.

Nesse sentido, é importante lembrar que os estudos sobre a tradição do *travelogue* já reforçam sua conexão com o *Cinerama*¹¹, com os recentes filmes *Imax* e com a profusão de programas televisivos de viagem, em especial vinculados ao grupo *Discovery* e *National Geographic*¹². Contudo, é igualmente significativo, nesse cenário, os diversos *reality shows* exibidos nas televisões mundiais que se estruturam como um diário de viagens, a exemplo de *Nalu pelo Mundo*, *Vai pra onde?* e *Lugar Incomum* (todos exibidos pelo canal *Multishow*).

Não interessa aqui (nos limites de um artigo) tratar da atualização da tradição do *travelogue* nesses, e em outros, exemplos. Desejo indicar como os conceitos de *efeitos de real* (desenvolvido por Barthes) e de *efeitos de espetáculo* (que venho desenvolvendo, obviamente inspirada nas leituras e apropriações de Barthes) parecem potentes para pensar esse universo mais amplo que afirma a dimensão circular (constitutiva, diria) entre a matriz documental e a matriz das narrativas espetaculares de entretenimento.

Ao apontar o caráter circular, quero reiterar que, muito embora persistam lugares de fala distintos para ambas as tradições, os discursos frequentemente problematizam tal distinção justamente porque operam a partir da circularidade constitutiva através da incorporação em suas tecituras, de elementos de efeito de real e de efeito de espetáculo. Acenando, com isso, para o entendimento de que tal fronteira, supostamente borrada/hibridizada no contemporâneo, sempre foi mais um rio caudaloso (em constante fluxo) que propriamente uma linha demarcatória. ■

REFERÊNCIAS

- ARNWINE, Clark. *Early educational films and anthropology*. Faculty of the Graduate School, University of Southern California, 2003.
- BALTAR, Mariana. *Realidade lacrimosa: diálogos entre o universo do documentário e a imaginação melodramática*. Tese (Doutorado). Universidade Federal Fluminense, Curso de Pós-Graduação em Comunicação, 2007.
- BARTHES, Roland. The reality effect. In. BARTHES, R. *The rustle of language*. New York: Hill and Wang, 1986.
- . *S/Z an essay*. New York: Hill and Wang, 1974.
- BENELLI, Dana. Hollywood and the travelogue. *Visual Anthropology*, n. 15, 2002.

11. O Cinerama é parte de experimentos em formatos de filmagem e exibição que potencializam o que poderíamos identificar como a utilização de uma tecnologia de imersão para mobilizar uma experiência particular, mais sensorial, de cinema. Trata-se de um formato, muito popular ao longo dos anos 1950 e início dos 60, onde o filme é exibido em uma tela curva com três projetores. Entre os cineramas mais bem sucedidos, destacam-se *Isto é cinerama* (Merian C. Cooper, Gunther von Fritsch, Ernest B. Schoedsack e Michael Todd Jr., 1952), *Cinerama Holiday* (Robert L. Bendick e Philippe De Lacy, 1955), *Aventuras nos mares do sul* (Carl Dudley e Richard Goldstone, 1958).

12. Sobre isso, conferir RUOFF, Jeffrey (org.). *Virtual Voyages. Cinema and travel*. Durham e London, Duke University Press, 2006; e FÜRSICH, Elfriede. *Between credibility and commodification. Nonfiction entertainment as a global media genre. International Journal of cultural studies*. Volume 6(2), 2003.

- BROWNLOW, Kevin. *The war, the West and the wilderness*. New York: Alfred A. Knopf, 1979.
- CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. (orgs.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac e Naify, 2001.
- COLLOMB, Gérard. Imagens do outro, imagens de si. *Cadernos de Antropologia e Imagem*, nº 1. Rio de Janeiro: UERJ/Núcleo de Antropologia e Imagem, 1995.
- CRARY, Jonathan. A visão que se desprende: Manet e o observador atento no fim do século XIX. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. (orgs.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac e Naify, 2001.
- FÜRSICH, Elfriede. Between credibility and commodification: nonfiction entertainment as a global media genre. *International Journal of cultural studies*. V. 6, n. 2, 2003.
- GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Editora Unesp, 1991.
- GRIFFITHS, Alison. *Wondrous difference: cinema, anthropology and turn-of-the-century visual culture*. New York: Columbia University Press, 2002.
- GUNNING, Tom. Cinema e História. Fotografias animadas: contos do esquecido futuro do cinema. In: XAVIER, Ismail (org.). *O cinema no século*. Rio de Janeiro: Imago Ed., 1996.
- . *D.W. Griffith and the origins of American Narrative Film*. University of Illinois Press, 1991.
- . “O retrato do corpo humano: fotografia, os detetives e os primórdios do cinema”. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. (orgs.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac e Naify, 2001.
- JENKINS, Henry. *The wow climax: tracing the emotional impact of popular culture*. New York: New York University Press, 2007.
- KUMAR, Krishan. *Da sociedade pós-industrial à pós-moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- MUSSER, Charles; NELSON, Carol. *High-class moving pictures: Lyman H. Howe and the forgotten era of traveling exhibition*. Princeton: Princeton University Press, 1991a.
- MUSSER, Charles. *Before the nickelodeon: Edwin S. Porter and the Edison Manufacturing Company*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 1991.
- . The nickelodeon era begins: establishing the framework for Hollywood’s mode of representation. In: ELSAESSER, Thomas; BAKER, Adam (orgs.). *Early Cinema: space, frame, narrative*. London: British Film Institute, 1990a.
- . The travel genre in 1903-1904: moving towards fictional narrative. In: ELSAESSER, Thomas e BAKER, Adam (orgs.). *Early Cinema: Space, frame, narrative*. London: British Film Institute, 1990.
- NICHOLS, Bill. *Representing reality*. Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press, 1991.

- RONY, Fatimah Tobing. *The third eye: race, cinema and ethnographic spectacle*. Durham and London: Duke University Press, 1996.
- RUOFF, Jeffrey (org.). *Virtual voyages: cinema and travel*. Durham e London: Duke University Press, 2006.
- SINGER, Ben. Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. (orgs.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac e Naify, 2001.
- . *Melodrama and modernity: early sensational cinema and its contexts*. New York: Columbia University Press, 2001b.
- STAPLES, Amy J. Popular ethnography and public consumption. Sites of contestation in museum-sponsored expeditionary film. *The Moving Image*, v. 5, n. 2, 2005.
- . Safari adventure: forgotten cinematic journeys in Africa. *Film History: An International Journal*, v. 18, n. 4, 2006.
- SCHWARTZ, Vanessa R. O espectador cinematográfico antes do aparato do cinema: o gosto do público pela realidade na Paris do fim-do-século. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. (orgs.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac e Naify, 2001.
- WINSTON, Brian. *Claiming the real: the griersonian documentary and its legitimations*. London: BFI Publishing, 1995.
- WOOLF, S.J. A Quarter Century of Jungle Adventure. *New York Times Magazine*, April 21, 1940.

Fontes consultadas

- VARIETY. May, 4, 1927.
- VARIETY. January, 7, 1931.
- THE NEW YORK TIMES. February, 27, C, 1927.
- THE NEW YORK TIMES. April, 30, 25:3, 1927.

Artigo recebido em 26 de janeiro de 2012 e aprovado em 26 de fevereiro de 2012.