

## O Primeiro Almodóvar e a Paródia dos Media

Gabriela Borges

Universidade do Algarve

### Resumo

Os filmes de Pedro Almodóvar realizados entre 1980 e 1995 apresentam um diálogo intersemiótico entre o cinema e a televisão e, principalmente, a utilização da paródia como um recurso criativo recorrente. Esta comunicação analisa a paródia da linguagem televisual na obra de Almodóvar como ferramenta para criticar e reflectir sobre a actuação dos media na sociedade contemporânea.

### A televisão e a Paródia

A presença constante da televisão mostra-se por intermédio de diversos géneros, como o telejornal de *Tacones Lejanos* (1990), o *reality show* de *Kika* (1995) e os anúncios publicitários presentes nos filmes *Pepi, Luci e Bom y otras chicas del montón* (1980), *Que he hecho yo para merecer esto?* (1984), *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1987) e *Atame!* (1989). A referência e o diálogo da linguagem cinematográfica com a televisão ocorre, na maioria das vezes, do ponto de vista da própria televisão, que metaforicamente adquire o estatuto de personagem, porque dialoga e emite opiniões através de suas apresentadoras ou dos personagens que trabalham em seus bastidores. O registo da imagem videográfica permite ainda a revelação dos estupros e dos assassinatos cometidos pelos assassinos em série, os quais são transmitidos de forma espectacularizada juntamente com as tragédias quotidianas das personagens principais e secundárias em *Tacones Lejanos*, *Kika* e *Matador* (1985-6). Os filmes veiculam em seus programas televisuais factos considerados reais, explicitando o deslocamento da relação existente entre uma verdade factual e a produção dos factos que a televisão promove.

As revelações espectacularizadas transmitidas pelos diversos géneros televisuais, assim como os anúncios publicitários presentes nos filmes de Almodóvar, caracterizam-se pela utilização de um discurso paródico. Segundo Hutcheon (1989), a paródia é uma imitação cômica de um outro texto ou obra artística que prima pela inversão de sentido e pela transgressão autorizada de normas e convenções sociais. É concedida uma licença especial ao texto paródico para transgredir os limites da convenção, mas apenas temporariamente e dentro dos limites autorizados pelo próprio texto, ou seja, as pessoas precisam ter conhecimento das regras e normas a serem quebradas, ou cujos significados serão invertidos para que a representação seja considerada uma paródia.

Neste sentido, a sociedade contemporânea permite o uso de um estilo jocoso e zombador e concede uma licença poética para os filmes de Almodóvar transgredirem as normas e parodiarem o que mais se consome na televisão, a informação e a publicidade. A principal característica desta inversão paródica é o riso cómico que, com uma pitada de deboche, critica uma concepção de mundo ao mesmo tempo que renova e permite o desenvolvimento da narrativa. Ela processa-se tanto com relação aos clichés e lugares comuns da sociedade de consumo de massa quanto aos signos constituintes das imagens visuais e sonoras presentes na caracterização e actuação das personagens dos diversos géneros da linguagem televisual.

O universo construído por Almodóvar explicita o processo de criação e produção de sentido da linguagem audiovisual ao apropriar-se das suas ferramentas como o modo de apresentação, a voz em *off*, o jargão e os slogans para inverter comicamente o seu sentido. Por exemplo, se os telejornais e os *reality shows* geralmente têm um tom sério que transmite credibilidade, nos filmes de Almodóvar as apresentadoras riem ou debocham do que estão falando diante da câmara. O mesmo acontece com os anúncios publicitários que são usados em geral para vender o sonho da felicidade e da beleza e nos seus filmes anunciam produtos inimagináveis com nomes absurdos.

Numa paródia dos programas nocturnos da televisão espanhola, tanto *Tacones Lejanos* quanto *Kika* promovem a espectacularização da vida privada na esfera pública, que se encontra sob o domínio da televisão, a tal ponto que se imbricam e se entrelaçam. Em termos estéticos, as inversões paródicas ocorrem com relação às imagens, nas caracterizações e na actuação naturalista das personagens Rebeca e Andrea Caracortada diante de factos e/ou cenas impossíveis ou inimagináveis, e com relação ao áudio, nos monólogos e diálogos exibidos pelos programas de televisão.

## **O Telejornal**

Em *Tacones Lejanos*, a personagem Rebeca, apresentadora do telejornal nocturno da emissora de televisão Tele 7, parodia o discurso espectacularizador da televisão. A

inversão paródica pode ser percebida em dois momentos da apresentação do telejornal. A estreia de Rebeca como apresentadora ocorre no dia em que a sua mãe, a famosa cantora Becky del Páramo, chega à cidade. A notícia transmitida refere-se às mortes provocadas pelo atentado perpetrado pelo grupo basco ETA. Numa atitude cínica e sarcástica, Rebeca ri da tragédia e a cena torna-se patética. Como estava nervosa, porque sabia que a sua mãe estava a assistir ao programa, Rebeca não se contém e, mesmo sendo a porta-voz de uma notícia trágica, solta uma gargalhada, em directo, ao relatar o ocorrido. Sem dúvida que esta postura nunca seria permitida na televisão comercial, primeiro porque acaba com a credibilidade do programa e da própria emissora e segundo porque os jornalistas são treinados para controlarem as emoções.

Nesse sentido, a paródia ocorre justamente pela possibilidade do cinema apropriar-se da linguagem do programa televisivo, invertendo-a de forma cômica pelo seu carácter “não real”. Utiliza-se de uma notícia séria para transmiti-la de modo jocoso e zombador e questionar a verossimilitude não somente dos factos, mas também da própria televisão. A suposta verdade veiculada pelo discurso televisivo é destituída de seu estatuto de “verdade inviolável” ao ser parodiada por Almodóvar a partir da própria linguagem do telejornal, tendo assim o seu sentido invertido.

O segundo momento ocorre durante a confissão, em directo, do assassinato de Don Manuel, marido de Rebeca e director do canal de TV Tele 7. Ele é encontrado morto num chalé um mês após a chegada de Becky. O juiz Domínguez, encarregado do caso, entrevista as três mulheres de Don Manuel: a sua mulher, Rebeca, a sua ex-amante, Becky e a sua actual amante, Isabel, a apresentadora para surdos-mudos do telejornal de Rebeca. Nenhuma delas confessa o assassinato. No dia do enterro, Rebeca resolveu confessar no seu programa em directo que o havia assassinado. A confissão tornou-se o espectáculo televisual daquela noite. A paródia se apresenta através da transgressão das normas, pois na vida quotidiana dificilmente se assistiria a uma confissão como essa em um jornal, muito menos em directo. É interessante notar que essa transgressão só foi possível porque o director do programa queria ver qual seria o limite daquela atitude patética de Rebeca. Ela transgride o proibido, mas com a permissão da direcção.

Em termos estéticos, a inversão paródica pode ser percebida tanto em relação às imagens quanto aos monólogos do filme. Assiste-se em directo à narração de Rebeca

entre lágrimas, e a exposição das fotos tiradas dos objectos do marido após sua morte. Enquanto no áudio ela confessa saber quem o matou. “Fue yo. Yo que le maté.”

Com relação à imagem ainda encontra-se no ecrã a apresentadora para surdos-mudos, Isabel, cuja actuação é uma gag das mais bem elaboradas. Ela transmite aos deficientes auditivos as palavras de Rebeca por meio de gestos. Com a confissão de Rebeca, fica abalada e, após uma expressão de espanto, ao mesmo tempo cómica e exagerada, sai de cena.

Ironicamente, Rebeca quando foi solta correu até sua casa, a qual havia sido revirada pela polícia, e encontrou a arma do crime exactamente no lugar em que a havia escondido, ou seja, dentro da televisão. Como aparato, a televisão exerce o papel de cúmplice ao actuar como esconderijo da arma do crime. A polícia não levantou nenhuma suspeita de que poderia estar ali, justamente dentro da televisão, o revólver que matou Don Manuel.

Sendo assim, as duas instâncias, a espectacularização e a revelação, estão presentes em *Tacones Lejanos*. A televisão não só espectaculariza a morte de Don Manuel ao revelá-la no telejornal nocturno; mas também actua como veículo de transmissão directa da confissão de Rebeca, a qual, se tivesse ficado calada, provavelmente ninguém saberia que era a assassina. A personagem é o meio pelo qual um facto imagético da narrativa é inserido no enredo do filme por intermédio de um outro meio, a televisão.

### **O Reality Show**

Em *Kika* a vida privada das personagens é objecto de espectáculo do programa de televisão *Lo Peor del Dia*. Sua repórter, Andréa Caracortada é a metáfora do carácter bisbilhoteiro e avassalador da mídia. Como afirma Almodóvar, *Lo Peor del Dia* é uma crítica ao fenómeno dos *reality shows* exibidos não somente na Espanha, mas no mundo todo. A realidade tornou-se a grande estrela da televisão. Como o próprio nome diz, é um show da realidade, o qual só pode ser verosímil se transmitir o que está ocorrendo nas ruas das grandes cidades, onde os indivíduos comuns tornam-se protagonistas e rompe-se a barreira entre o público e o privado com a exibição dos sentimentos alheios no ecrã. Esse género televisual possui um discurso espectacularizado e auto-referente e opera com uma câmara cândida, espia e bisbilhoteira. Além disso, torna verosímil tudo

o que acontece ao privilegiar a experiência do discurso em directo e colocar o telespectador no interior da imagem e do próprio acontecimento, o qual torna-se o próprio espectáculo para o deleite do voyeurismo colectivo do público.

Neste sentido, o programa *Lo Peor del Dia* é uma paródia dos *reality shows*. A inversão paródica ocorre da seguinte maneira: Se os *reality shows* espectacularizam a vida privada e as tragédias quotidianas, o fazem sem nenhum escárnio ou deboche explícito. Mostram cenas reais, gravadas ao vivo e vangloriam-se de mostrar um jornalismo verdade. No filme, o programa *Lo Peor del Dia* faz questão de revelar e espectacularizar a vida privada das pessoas com deboche e escárnio.

A apresentadora Andréa Caracortada representa a televisão e a sua performance no mundo contemporâneo. Transmitindo notícias trágicas de um modo cómico, ela traz para o seu programa cenas geralmente não-apresentáveis por seu carácter algumas vezes escatológico, e outras pelo facto de invadir a privacidade de pessoas comuns. Andréa noticia os factos que presencia com sua câmara ligada ininterruptamente fixada sob sua cabeça. Ela pode ser vista também como um desdobramento da personagem Rebeca, pois na transmissão das notícias ela também inverte parodicamente o seu discurso, porém ela mostra-se mais desumanizada.

A sua performance televisual é vista pela audiência sob dois ângulos: ou emite o seu olhar e a sua opinião através das imagens gravadas por sua câmara, ou apresenta as notícias trágicas olhando para a câmara. Representa a si mesma e reafirma a existência da própria televisão, uma vez que é a sua metáfora. Andrea incorpora essa postura fortemente, e pode-se sugerir se ela despreza o seu público ao correr atrás dos furos de reportagens e ao falar seus monólogos trágicos num cenário de cadeiras vazias.

A inversão paródica das cenas apresentadas por Andrea Caracortada estão presentes na captação das imagens sobre factos da vida privada das personagens, como assassinatos, estupros e fugas; e nas entrevistas ou tentativas de entrevistas que ela consegue gravar com sua câmara ambulante, as quais dão credibilidade e verissimilitude aos factos.

A primeira emissão da personagem é uma entrevista com a mãe do português. Porém, antes disso, mostra as cenas que gravou no cemitério do assassinato da mulher pelo marido português, que também havia matado a filha. Em uma postura simpática e irónica, ela emite as cenas que foram gravadas em directo e adverte: "... (as cenas) pueden ferir su sensibilidad. Si es que todavía les queda alguna."

Os apresentadores destes programas não costumam ser tão directos e mordazes como Andrea, que se diverte com o espanto que é capaz de causar às pessoas. Perante a afirmação da mãe de que seu filho tem boa índole e de que não acredita que ele tenha estuprado e matado a sua própria filha, assim como a sua mulher, ela censura: “...su nuera, que está en el cementerio todavía no piensa así.”

A segunda inversão paródica refere-se ao estupro de Kika. A câmara de Ramon, namorado de Kika, capta as imagens do seu estupro praticado por Paul Bazzo. Este é o estupro mais demorado da história do cinema. São doze minutos que misturam tensão, humor e descontração. Andrea consegue as imagens para exibir no seu programa. Com sua câmara ligada ininterruptamente, Andrea personifica o voyeurismo da televisão, que fica à espreita, esperando um furo de reportagem. Minutos depois do ocorrido, Andrea chega na casa de Kika para entrevistá-la e convence o policial: “Puede ser que ella necesite de mí.”

Na tentativa de entrevista com Kika também ocorre uma inversão paródica no discurso de Andrea com a recusa de Kika em conceder a entrevista. Andrea não se abala e ainda ameaça Kika: “Su conducta atenta contra la libertad de expresión. No sé si lo sabes.” O curioso é que, mesmo invadindo a privacidade de Kika, o discurso de Andrea é de que Kika estava atentando contra a liberdade de expressão. Os telespectadores, na visão de Andrea, têm o direito de saber o que se passou com Kika. A sua vida virou notícia e, conseqüentemente, um produto que aumenta os índices de audiência e estimula as vendas do leite La Real.

Antes de exibir as cenas do estupro, Andrea diz que, em respeito à intimidade da pessoa, não revelará o seu nome. Com gestos espectaculares e uma expressão satisfeita, vitupera: “Y recuerda de nuestro consejo: sea optimista. Esto o algo peor podría tener ocurrido a usted.” Como se não bastasse tanto cinismo, ainda completa: “Es un mensaje de nuestro patrocinador leche La Real.”

A terceira inversão paródica do filme ocorre no final, quando Andrea descobre que Nicolas é um assassino em série e quer entrevistá-lo para conseguir a sua confissão. Andréa atira em Nicolas no desespero de conseguir as informações.

Numa cena patética, ela diz que é a primeira vez que está na frente de um assassino e chora para conseguir o furo de reportagem, oferece 10 mil pesetas e nada. Nicolas não quer ser objecto espectacularizado para aumentar as vendas do leite La Real. Ela afirma:

“No sabes de que soy capaz para conseguir una entrevista.” E completa: “Necesitas mi complicitad.” No diálogo final, Andrea já encontra-se desesperada e apela:

“-¿Porque no me has hecho caso? Ya nos queda poco tiempo. Dime solo si o no. Dime. Dime con la cabeza. Después te llevaré al hospital. Te lo prometo. Dime con la cabeza. Dímelo. Dime sí. Dime sí. Dime sí.”

Nesta sequência, é como se Andrea fosse um monstro destruidor (como a mídia), porém vítima de si mesmo, o que a torna comovente. Está disposta a tudo, a matar ou morrer, contanto que consiga as imagens. Ele não confessa, mas ela consegue gravar o assassinato que ela mesma comete e, mais que isso, a sua própria morte que, com certeza, será exibida para aumentar tanto os índices de audiência do programa quanto a venda de leite La Real.

As personagens Rebeca e Andréa Caracortada actuam como a metáfora da televisão e de sua performance no mundo contemporâneo. Apresentam-se como uma tela pura, onde convergem o espectáculo e a revelação. Essa realidade intermediada pela televisão, alucinada e obscena, permite que alguns factos, geralmente não-apresentáveis, como a confissão de Rebeca, o estupro da maquiadora Kika e até mesmo a morte patética de Andréa, sejam banalizados e transmitidos como lugar comum. Essas transmissões acabam por entrelaçar os limites que mantêm o profano longe do quotidiano.

## **A Publicidade**

Os filmes de Almodóvar parodiam os anúncios publicitários e invertem o sentido dos padrões veiculados pela publicidade no quotidiano. Os anúncios publicitários apresentam-se como o carnaval da sensualidade excessiva. Os padrões estéticos de beleza exibidos pela publicidade mostram um mundo irreal, de sonho, que nunca será alcançado pelo consumidor. A lógica do consumo está preocupada com a produção de signos, a qual forma uma cadeia que se entrelaça aos olhos do consumidor. Este não consome bens ou serviços, nem satisfaz às suas necessidades, porque os produtos perderam o valor tanto de troca quanto de uso e as necessidades são criadas de acordo com a intenção de quem está a anunciar.

Muito mais do que um espectáculo ritual, a publicidade veiculada pelos media regula o comportamento do consumidor em cada um de seus actos, cuja conduta organiza-se como uma sucessão de respostas aos diversos estímulos. Age de tal maneira que se dirige a todos os consumidores por meio de cada um, fingindo uma totalidade

consumidora e exigindo uma cumplicidade que é vivida tanto com relação à mensagem como ao próprio código criado por ela.

Os anúncios nos filmes de Almodóvar invertem comicamente os clichés e o discurso auto-referente presente no formato publicitário contemporâneo, e subvertem os padrões estéticos deste gênero. Como parte integrante do mundo televisivo, os anúncios apresentam a possibilidade de se contar uma história, as quais são vistas nas televisões das casas das personagens entre cenas dos filmes. Com isso, Almodóvar conta as histórias mais disparatadas com tal naturalidade que concede verosimilhança à narrativa.

Em *Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón*, a inversão paródica apresenta-se no anúncio de uma cueca multiuso, cuja nome é Bragas Ponte. Fazendo uma paródia ao uso da roupa feminina como apelo sexual nos comerciais publicitários, a cueca pode ser usada para todas as necessidades de uma mulher. Sua utilidade é tal que se a mulher peidar, ela libera uma substância perfumada e não se sente o mau cheiro. Se urinar, ela possui partículas que seguram a urina, e ainda pode masturbar-se porque ao ser enrolada ela cumpre o papel de um amante apaixonado. Por isso, a assinatura da campanha publicitária é: "Hagas lo que hagas, Ponte Bragas."

É interessante ressaltar que a voz em *off*, geralmente presente nos anúncios de televisão, informa ao espectador por meio da protagonista, vivida por Cecília Roth, os benefícios do produto. Utilizando as mesmas técnicas do formato publicitário, o anúncio inverte comicamente o que se vê no espetáculo televisivo diário. A assinatura Ponte Bragas é também um jogo de palavras. O nome do produto é Bragas Ponte. A palavra bragas em espanhol significa cueca e o verbo pôr em espanhol é conjugado sempre com o pronome oblíquo te, fazendo uma inversão da própria marca do produto: Ponte.

Em *¿Que he hecho yo para merecer esto?*, Cecília Roth interpreta o terrível e cruel anúncio de café. Como nesse filme há muita vida doméstica, e a televisão está sempre presente, o realizador não podia deixar de colocar a publicidade (Vidal, 1990:143). O anúncio parodia os anúncios de café como unificadores familiares e companheiros de horas difíceis, muito comuns na Espanha. A protagonista fala sobre a sua noite de amor e a dedicação do marido que foi preparar uma xícara de café pela manhã. Ao voltar para a cama, com a bandeja na mão, ele tropeça num sapato e o café fervendo atinge o

rosto da mulher, que se sente satisfeita com a desfiguração promovida em seu rosto e afirma: "Nunca olvidaré esta taza de café".

Em *Mujeres al borde de un ataque de nervios*, a personagem Pepa, interpretada por Carmem Maura, é a mãe do assassino Cuatro Caminos que, após cometer os seus assassinatos, entrega as suas camisas para a mãe lavar. Ecce Omo resolve o problema, pois quando a polícia chega para revistar a casa a camisa encontra-se com uma brancura radiante e a mãe vangloria-se por limpar todo o sangue das roupas do filho. Numa paródia dos anúncios de sabão em pó, que sempre se proclamam como os melhores e os únicos que limpam toda a sujeira, ela exhibe a caixa do produto e declara: "Ecce Omo. Parece mentira".

Em *Atame!*, o serviço anunciado é um plano de reforma para que os reformados espanhóis vivam melhor. Este expõe a ideia de que os espanhóis são pedintes quando velhos porque não trabalham duro e não se preocupam com o futuro, enquanto os alemães pensam nisso desde os dezoito anos. É uma crítica político-social ao governo e à situação de marginalidade sócio-económica em que viviam os reformados em Espanha. Normalmente, um texto como esse aparece como reportagem ou está inserido num outro programa de formato jornalístico, mas não em um anúncio publicitário, em que não se faz críticas e muito menos se mostra a verdade dos factos. Depois de fazer esta comparação, a voz em *off* insiste que é preciso se prevenir e afirma: "Para que se pueda seguir bailando".

A outra referência à publicidade aparece no filme *Kika*, no patrocínio oferecido pelo leite La Real ao programa *Lo peor del Dia*. Para um programa que exhibe as cenas mais sangrentas da cidade, nada melhor do que ter como patrocinador um produto cujo nome é bastante sugestivo, La Real.

Enfim, os slogans e as assinaturas dos anúncios publicitários que caracterizam-se por apresentarem um tom imperativo que estimula a compra na sociedade de consumo, adquirem uma função inversa nos filmes de Almodóvar, ou seja, parodiam o discurso auto-referente e impositivo da publicidade por meio de um vocabulário jocoso.

## Considerações Finais

Para concluir, é importante ressaltar que os filmes do primeiro Almodóvar analisados nesta comunicação podem contribuir com a discussão da actuação dos media na sociedade contemporânea. De um modo geral, alguns autores da crítica cinematográfica espanhola, como Sanchez-Biosca (1995), desmerecem os filmes de Almodóvar por considerarem que são demasiados pós-modernos, no sentido de apresentarem uma colagem de citações e auto-referências empobrecidas de significação. Porém, pode-se argumentar que reflectem um modo de fazer e pensar a arte contemporânea em que esta colagem adquire um sentido estético diferente do original. Almodóvar usa como referência diversas formas de expressão dos media na contemporaneidade, que fazem parte da referência de mundo do público e oferecem a possibilidade de questionar o papel que exercem na sociedade. A ambivalência da construção das cenas e da actuação realista naturalista das personagens, que mostram-se críveis, renova a crítica ao consumo excessivo de bens e serviços da sociedade contemporânea, além de permitir o desenvolvimento da narrativa.

A paródia dos media expõe as convenções da linguagem televisiva nos géneros jornalísticos, de entretenimento e publicitário e explicita os seus mecanismos por meio de um diálogo entre os códigos das linguagens cinematográfica e televisiva. Este diálogo possibilita outras produções de sentido e significações, surpreende a audiência, e promove um distanciamento crítico entre aquilo que é produzido e consumido diariamente na televisão e as novas obras que o incorporam. Além disso, a ambiguidade da paródia gera elementos que podem contribuir não somente para criticar, mas também para inovar a produção de obras artísticas no panorama audiovisual contemporâneo, que carece de novas experimentações estéticas.

## Bibliografia

**Dentith**, Simon, *Parody*, Londres, Routledge, 2000.

**Eco**, Umberto, *Viagem na irrealidade quotidiana*, Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1984.

**Hague**, Angela & David Lavery(ed.), *Teleparody: predicting/preventing the TV discourse of tomorrow*, Londres, Wallflower Press, 2002.

**Harries**, Dan, *Film parody*, Londres, British Film Institute, 2000.

**Hutcheon**, Linda, *Uma teoria da paródia*, Lisboa, Edições 70, 1989.

**Machado**, Arlindo, *A televisão levada a sério*, São Paulo, Ed. Senac, 2000.

**Martins**, Gabriela, *O Espetáculo do Grotesco nos filmes de Pedro Almodóvar*, Dissertação de Mestrado PUC/SP, São Paulo, 1997.

**Requeña**, Jesús González, *El discurso televisivo: espectáculo de la postmodernidad*, Madrid, Akal, 1995.

**Sánchez-Biosca**, Vicente, *Una cultura de la fragmentación. Pastiche, relato y cuerpo en el cine y la televisión*, València, Filmoteca de la Generalitat Valenciana, 1995.

**Vidal**, Nuria, *El cine de Pedro Almodóvar*, Barcelona, Ediciones DestinoLibro S/A, 1990.