O FILME CARTAZ

ESTUDOS SOBRE O CARTAZ DE CINEMA

FERNANDO A. FERREIRA

unesp

O FILME *EM* CARTAZ

ESTUDOS SOBRE O CARTAZ DE CINEMA

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

Número de Chamada
Clas. T/UNESP
PHA F441p
Tombo nº 1.761

FERNANDO A. FERREIRA

O FILME *EM* CARTAZ

ESTUDOS SOBRE O CARTAZ DE CINEMA

Dissertação apresentada à Comissão Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poéticas Visuais, como exigência para a obtenção do título de mestre, sob a orientação da Profª. Drª. Elaine Caramella.

BIBLIOTECA - UNESP - CAMPUS BAURU

BAURU, AGOSTO DE 2001

COMISSÃO EXAMINADORA

_____

_____

_____

Para Cristina



AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, que me fizeram nascer e a quem fez nascer em mim o espírito de pesquisador, professora Elaine.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

FERREIRA, Fernando A. O filme *em* cartaz - estudos sobre o cartaz de cinema.
Franca/SP, 2001

Tese - Mestrado - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - Bauru

1 - Cartaz - Design Gráfico - Comunicação - Semiótica



FERREIRA, Fernando A., **O filme *em* cartaz: estudos sobre o cartaz de cinema.** Mestrado - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação Campus Bauru - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho".

RESUMO

A dissertação tem por objetivo explorar e conhecer as tessituras e os códigos que compõem a linguagem do cartaz de cinema, através do procedimento da leitura de um *corpus* selecionado, composto de quatro cartazes. O cartaz de cinema é aqui encarado como meio, ou seja, como um espaço que media informações entre um receptor e um emissor. Os cartazes que compõem o *corpus* são, na verdade, uma das hipóteses da pesquisa, visto que esta pretende investigar o que ocorre quando o cartaz de cinema não funciona apenas como uma publicidade, mas sim como um "leitor" do filme, traduzindo este para os códigos que lhes são próprios. Neste sentido, as leituras irão trazer à mostra as ocorrências surgidas neste procedimento, no qual o meio toma consciência da sua linguagem e entra em contato com códigos de uma outra, no caso, a cinematográfica. A fim de tentar abarcar um tema que por natureza é multidisciplinar, as leituras serão efetuadas dentro de uma abordagem que envolve Teoria da Comunicação e Informação, Estética e Semiótica, Arte e Mídia.

Palavras-chave: cartaz, *design* gráfico, comunicação, semiótica



FERREIRA, Fernando A., **The Movie on the Poster - a film poster study.** Mestrado - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - Campus Bauru Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho".

ABSTRACT

This dissertation aims to explore and discover the subtleties and codes that compose the language of the movie poster through the procedure of a reading examination of a selected work composed of 4 posters. The movie poster is herein regarded as a medium, or as you will, a space wich mediates information between a receiver and a transmitter. The posters that compose the selection are really one of the hypotheses of this research, in light of the fact that it intends to investigate what happens when the movie poster does not only function as publicity but also as a "reader" of the film, translating itself through its own set of codes. In this way, the readings will demonstrate the incidents or happenings suggested in this procedure, in wich the medium becomes aware of its language and gets in touch with the codes of others such as the cinematography itself. With the purpose of trying to cover a theme, by its own nature multidisciplinary, the readings will be done through an approach that involves the Theory of Communication and Information, Aesthetics and Semiotics, Art and Media.

Key words: poster, graphic design, communication and semiotics.



SUMÁRIO

17 **Introdução**

Capítulo 1
Vanguardas européias, o cartaz e o cartaz de cinema

21 O surgimento do cartaz nas cidades modernas
22 A união da imagem e do texto no cartaz litográfico
26 Movimentos e vanguardas artísticas
40 O cartaz de cinema
50 Veja (e leia) o cartaz. Leia o filme

Capítulo 2
Linguagem, código e representação

67 O meio é a mensagem
70 Linguagem e código
71 Linguagem e representação
73 A classificação dos signos
74 A leitura do cartaz de cinema

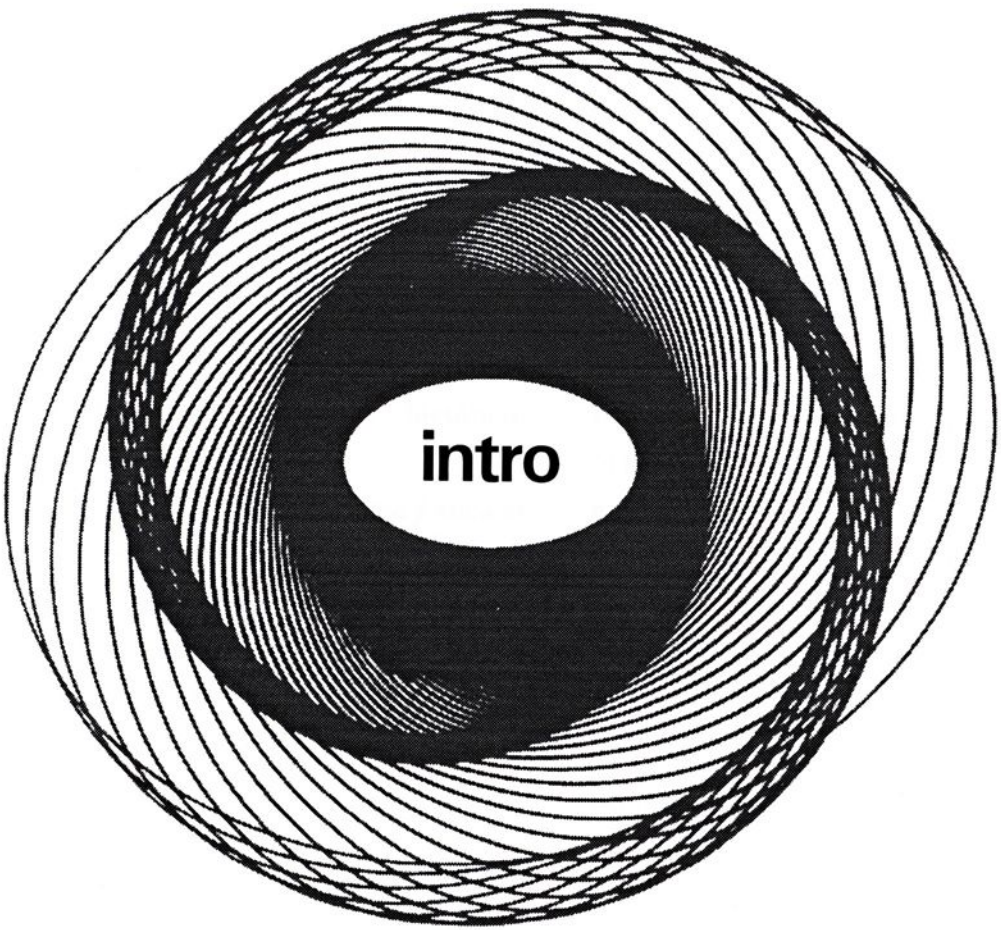
Capítulo 3
Quatro Leituras

79 Introdução
81 Carmen Miranda: Bananas *is* my business
91 The General
103 Saint Joan
112 Vertigo

121 **Considerações finais (The End)**

125 **Bibliografia**

unesp



dução

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

Embora já tenha rendido estudos sérios, como o de Abraham Moles[1], nota-se que o cartaz ainda é um tema pouco explorado. As lacunas surgem principalmente no que diz respeito à investigação de sua linguagem. A maioria das obras que encontramos são catálogos ou, quando muito, estudos superficiais de entusiasmados colecionadores que, apesar de nos oferecerem preciosas fontes iconográficas, no campo teórico, muito deixam a desejar, visto que invariavelmente vêem-no somente dentro de uma perspectiva histórico-estilística-linear-generalista.

O que interessa a este trabalho é encarar o cartaz como meio, isto é, como espaço de mediação entre um emissor e um receptor, para a partir daí reconhecer os seus códigos e chegar à revelação de sua linguagem. Para tanto, as reflexões serão direcionadas para somente uma "modalidade" do objeto de estudo: o cartaz de cinema. Este recorte possibilitará um estudo mais objetivo a fim de entender como o meio se comporta frente a uma situação específica: divulgar um filme. O que ocorre aí? De que modo ele se relaciona com seu objeto - um outro meio - de forma a possibilitar tanto a produção de obras efêmeras, para uso instantâneo, como de "obras de arte", isto é, obras com valor estético que transcendem sua função e contribuem para o desenvolvimento de sua linguagem? E quando esta obra é produzida, pode resultar em uma nova forma de pensar o objeto, no caso, o filme? E o que resulta deste encontro de linguagens?

As respostas para estas perguntas serão buscadas na leitura de um *corpus* composto de quatro cartazes, feitos para os filmes "Carmen Miranda: Bananas is my business", "The General", "Saint Joan" e "Vertigo". Aliás, o ato da leitura é a razão principal deste trabalho, como um método para compreender o meio na sua manifestação, para a partir daí conhecer sua forma de processar informação, ou seja, conhecer os códigos que são próprios de sua linguagem.

Estas leituras serão feitas dentro de uma abordagem transdisciplinar, envolvendo Teoria da Comunicação e Informação, Estética e Semiótica, Arte e Mídia. Sendo

[1] MOLES, Abraham. *O cartaz*. São Paulo: Perspectiva, 1974.

unesp

assim, antes das leituras propriamente ditas, dois capítulos abordarão o cartaz de cinema à luz destas disciplinas.

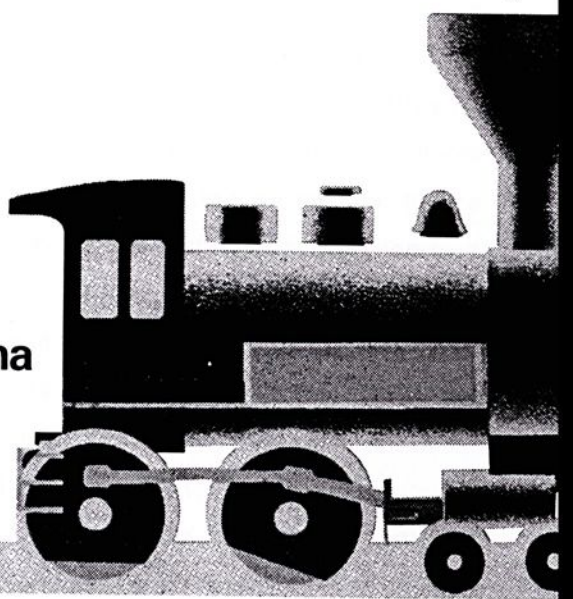
No primeiro, serão apresentadas as origens do cartaz como meio de comunicação, sua relação com os desenvolvimentos tecnológicos e com as vanguardas européias do início do século XX, e o surgimento do cartaz de cinema em decorrência da invenção do cinematógrafo. Este capítulo, aliás, será uma prévia para as leituras, visto que os seus tópicos serão tecidos através da leitura/ interpretação de vários cartazes.

No capítulo seguinte, serão apresentados os conceitos que tornarão possível a leitura e a análise do *corpus* selecionado, assim como também serão apresentadas algumas hipóteses teórico-conceituais que posteriormente serão testadas no ato das análises. Na verdade, este capítulo justificará a ação das análises, bem como irá reforçar o seu caráter experimental.

As descobertas da pesquisa e em especial das leituras serão explicitadas no capítulo final, que pretende se apresentar não como uma simples conclusão, mas sim como uma síntese geral, com o intuito de entretecer todos os capítulos.

unesp

vanguardas européias,



o cartaz e o cartaz de cinema

unesp

O surgimento do cartaz nas cidades modernas

O cartaz é um meio de comunicação tipicamente urbano. É fruto das cidades modernas que se formaram no mundo ocidental, após a Revolução Industrial. Com o surgimento das fábricas e com elas, das oportunidades de emprego e da especialização profissional, as cidades se tornam uma alternativa sedutora à vida pobre e monótona do trabalhador do campo. Será o lugar de se ganhar dinheiro e em conseqüência, de se gastar também. A regra da sociedade industrial passa a ser a de produzir, não para suprir uma demanda, mas produzir muito, para gerar demanda. Inicia-se a chamada sociedade de consumo e concomitante à ela, a necessidade cada vez maior do produtor comunicar ao consumidor o que tinha para vender. Na lógica consumista, em que a regra é comprar, independente da real necessidade do produto, não é mais o homem que busca o produto que lhe é necessário, é o produto que vai até ele, impondo-se como necessidade. Quanto mais pessoas forem informadas sobre a existência do produto, maiores serão as chances de vender. E a melhor forma de atingir estas pessoas é se infiltrando no lugar onde a maior parte delas se concentra: nas ruas.

O ato de comprar vai sendo, cada vez mais, associado ao prazer. Comprar e utilizar um produto passa a ser uma forma de participar de um modo de vida. Surge também o consumo para os momentos de ócio. "O anseio de ocupar os momentos de folga deu origem a outra invenção da era moderna: o conceito do lazer popular, que se desenvolveu em estreita aliança com a abertura de uma infraestrutura cívica composta por museus, teatros, locais de exposição, parques e jardins. Não por acaso, consumo e lazer acabaram por se fundir durante o século XIX (...)"[2].

O século XIX também foi marcado por significativos avanços nos meios impressos de comunicação. Com o aperfeiçoamento da sua manufatura, o papel torna-se uma mercadoria abundante e barata. Este fator, somado à oferta maior de tipos móveis (que passaram a ser fundidos mecanicamente) e à propagação da técnica

[2] DENIS, Rafael Cardoso. *Uma introdução à história do design.* São Paulo: Edgar Blücher, 2000, p.41.

unesp

litográfica, contribui para criar um cenário perfeito para o estabelecimento do cartaz como uma das formas mais utilizadas de comunicação publicitária. Embora já existisse anteriormente, é somente a partir da metade do século XIX que o cartaz começa a ser intensamente explorado. Somado às possibilidades tecnológicas e ao surgimento das cidades modernas está também o crescimento da alfabetização. "Diversos avanços de ordem tecnológica vieram juntar-se nesta época à ampliação do público leitor, possibilitando não somente a expansão de meios tradicionais como livros e jornais, mas também a criação de veículos novos ou pouco explorados anteriormente, como o cartaz, a embalagem, o catálogo e a revista ilustrada"[3].

A união da imagem e do texto no cartaz litográfico

O cartaz como conhecemos hoje nasceu com a descoberta e popularização da litografia que possibilitou, entre outras coisas, a impressão em série de imagens coloridas e em grandes e variados formatos. Esta técnica, inventada por Alois Senefelder na Alemanha em 1798, consiste em uma impressão que utiliza a pedra plana como matriz. A imagem é feita utilizando-se um material gorduroso (como o pastel) que posteriormente é gravado quimicamente na própria pedra. Numa outra etapa, a tinta aplicada se aderirá somente ao que foi gravado, possibilitando a impressão da imagem. O mesmo processo é repetido para cada cor utilizada, sendo impressa uma cor por vez até completar todas as cores da imagem.

Mais do que o uso da cor e o aumento das dimensões, talvez a maior contribuição da litografia para a linguagem do cartaz tenha sido a possibilidade de unir imagem e texto como um todo e não como elementos separados, tornando possível reproduzir ambos sem a intervenção de um tipógrafo. Antes da litografia, os cartazes pareciam páginas extraídas de um livro, pois eram pequenos e impressos somente em uma cor no processo tipográfico. Portanto, na maior parte, eram compostos somente de informação verbal. Ocasionalmente uma imagem - xilografada - era inserida,

[3] IDEM, Ibdem.

unesp

geralmente como mero adorno.

Com a litografia, a imagem impressa, que antes estava aprisionada nos livros (onde também era utilizada como ilustração ou ornamento), ganha a liberdade das ruas e mais autonomia em relação à informação verbal. Se no livro a imagem era um aditivo do texto, no cartaz litográfico imagem e texto se integram. A partir desta integração, o próprio texto passa a ser visto como imagem. A litografia torna possível elaborar o cartaz por inteiro - texto e imagem - e nas mais variadas cores. Apenas um indivíduo é necessário para desenhar sobre a superfície da pedra. Richard Hollis afirma que desta liberdade criativa e da possibilidade de controle da produção é que nasce propriamente a profissão do *designer* gráfico, ou seja, do criador individual da peça gráfica[4]. E assim é dado o primeiro passo para o desenvolvimento da linguagem do cartaz, não mais preso às restrições de uma coleção de tipos móveis, nem elaborado dentro de um processo limitadamente mecânico. Torna-se possível criar um cartaz com a mesma espontaneidade que se desenha em uma folha de papel.

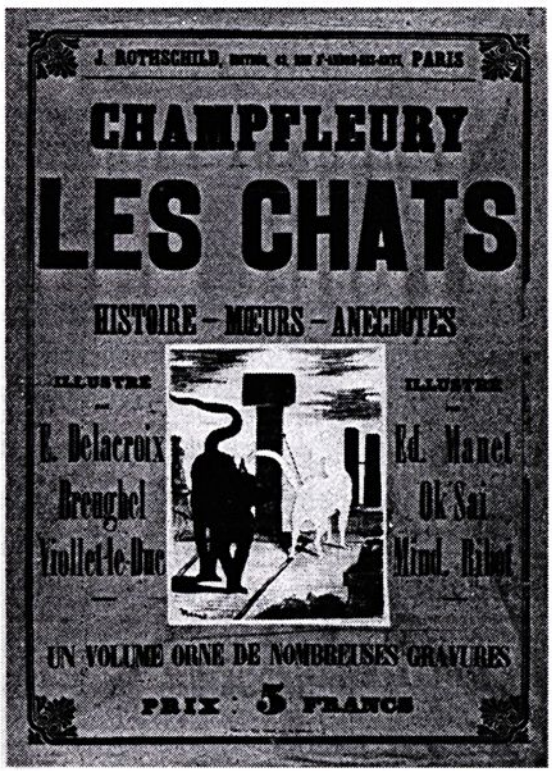
Um notável exemplo da transição do cartaz tipográfico para o litográfico se encontra no cartaz "Champfleury Les Chats" de Edouard Manet. Uma pequena imagem litográfica (em preto e branco) é inserida numa composição tipográfica, criando uma aparência que, embora ainda remeta um pouco à do livro, contribui para ressaltar as qualidades do texto enquanto imagem. Embora subserviente à informação verbal, cabe dizer que é a imagem que dá ao cartaz valores estéticos e "subjetivos", fazendo com que o mesmo amplie sua função, deixando de ser meramente um "comunicado". A imagem torna-se o principal foco de interesse, acabando por realçar inclusive a forma e organização das letras que se evidenciam pelo contraste. Mas, ainda assim, vemos que a imagem se insere no cartaz num espaço cedido pelo texto, como um elemento aditivo; embora mostre todo o seu poder de atração e sugestão. Apesar da organizada disposição do texto, podemos dizer que é a imagem que enriquece e torna o cartaz atraente. Mas a interação entre imagem e texto torna-se maior a partir do

[4] "When artists, instead of adding text with printer´s type, drew the lettering themselves, and when they were responsible for each element in a design wich was intended for reproduction by machine, they were practising what was later to become recognized as graphic design". HOLLIS, Richard. *Graphic Design - a concise history*. Londres: Thames and Hudson, 1994, p. 16.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

momento em que os cartazes passam a ser totalmente impressos em litografia, como pode ser observado nos cartazes "Bal Valentino" e "Les Girard", de Jules Chèret.

Grande conhecedor e pesquisador das técnicas de impressão e reprodução, Jules Chèret foi um dos primeiros e principais nomes que souberam usufruir das possibilidades que a litografia ofereceu, assim como também soube aliar este aparato a uma profunda sensibilidade da dinâmica das ruas e do "clima" da época. Suas peças, utilizadas como publicidade para casas noturnas, são ricas em cores e dinamismo e, por isso, chamavam a atenção e impressionavam os transeuntes das ruas parisienses. "O cartaz podia ser tão alegre como era soturna a pintura acadêmica; exprimia a poesia urbana, a civilização moderna, correspondia à arte democrática e popular que o naturalismo cobiçava, pretendia a reabilitação do cenário da vida quotidiana..."[5].



Champfleury - Les Chats 1868(?)
(Edouard Manet)

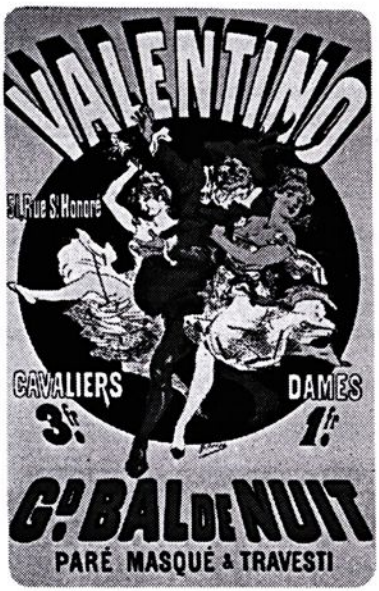
Mesmo com o grande êxito da litografia, o cartaz tipográfico se manteve durante muito tempo, apesar de suas peças

[5] FERMIGIER, André. *Toulouse Lautrec.* Lisboa: Editorial Verbo, 1972, p. 106.

unesp

terem se perdido no tempo e na história, salvo raras exceções (os cartazes dadaístas, por exemplo). Isso quer dizer que o cartaz somente entra para a história e se estabelece como meio de comunicação e como linguagem a partir do momento em que torna-se possível a reprodução mecânica de imagens (que fez surgir o então chamado "cartaz ilustrado"). Com o tempo, o termo tipográfico acabou por perder sua referência com a técnica (a medida que esta tornou-se obsoleta) e converteu-se em estilo, que ficou conhecido por *all type*, usado para denominar o cartaz que se utiliza somente de texto. Mas o cartaz *all type* tem diferenças profundas dos primeiros cartazes tipográficos. Se nestes, o uso exclusivo do texto se dava perante uma impossibilidade técnica; no cartaz *all type*, o uso exclusivo do texto torna-se um estilo que se apropria das qualidades pictóricas e estruturais tanto das letras como da organização das palavras, isto é, é o cartaz que reconhece o texto como signo visual.

Nos dias atuais, as possibilidades técnicas do cartaz são muitas



Bal Valentino 1869
(Jules Chéret)



Les Girard 1879
(Jules Chéret)

(aprimoramento dos sistemas de impressão, possibilidade de uso da fotografia), entretanto sua força como meio de comunicação foi se diluindo, sem no entanto se extinguir. Hoje o cartaz tem que competir com uma gama muito maior de informações visuais que se encontram nas ruas (semáforos, placas de trânsito, fachadas comerciais, etc.) sendo ainda um meio importante, porém não suficiente para comunicar algo. Ao cartaz juntaram-se a televisão, o rádio, o anúncio em jornais e revistas, etc. No entanto, pode-se dizer que todos estes meios lhe devem algo.

O cartaz acompanhou o dinamismo das cidades até onde lhe foi possível, sem alterar o seu caráter original. No entanto, após o advento do automóvel, foi necessário ampliar de forma gigantesca sua dimensão na horizontal, o que fez surgir o *outdoor*, uma outra linguagem, mais adequada para acompanhar o ritmo cada vez mais acelerado das cidades.

Movimentos e vanguardas artísticas

A popularização do cartaz litográfico coincidiu com um período em que a arte enfrentava uma situação delicada. Com a descoberta da fotografia, a pintura perde seu sentido e função social enquanto "documento da realidade", o que faz com que artistas se empenhem na busca de algo que lhe dê um novo sentido. Não havendo mais a necessidade de ser descritiva ou realista, a solução natural foi partir para a busca de sua essência, ou seja, buscar algo que lhe fosse próprio e impossível de ser realizado pela fotografia. Em outras palavras, a pintura parte para a busca de sua linguagem. Assim, inicia-se, principalmente com os impressionistas[6], uma pesquisa orientada para um sentido essencialmente visual, procurando "libertar a percepção de qualquer preconceito ou convencionalismo, para manifestá-la em sua plenitude de ação cognitiva"[7]. A partir deste pressuposto, a pintura começa a abandonar o *tema* e passa a se interessar pela *sensação visual* da obra, levando em conta, neste caso, as relações cromáticas baseadas nas leis científicas da

[6] Anterior e simultâneo ao Impressionismo, os movimentos românticos e simbolistas já buscavam novos rumos para a pintura, embora nestes, as mudanças se referiam mais ao tema da obra de arte e não tanto na obra de arte em si, isto é, na sua linguagem.
[7] ARGAN, Giulio Carlo. *Arte Moderna.* São Paulo: Cia. das Letras, 1992, p. 75.

unesp

visão (óptica). A superfície da tela passa a ser o interesse e não o que é representado nela. Assim, a difusão do uso da imagem no cartaz ocorre justamente num período em que a pintura também começa a se perguntar enquanto imagem, colocando num segundo plano o seu conteúdo.

Ao voltar-se para os aspectos sensoriais, a pintura começa a abrir espaço para a participação do receptor. E será neste ponto - o reconhecimento do receptor - que os movimentos modernos irão se associar à linguagem do cartaz. A participação do receptor é algo fundamental no cartaz, visto que este objetiva levar informação e provocar uma reação em quem o vê. Como peça destinada às ruas, a atrair "visualmente" pessoas distraídas e em movimento, o cartaz pede a utilização de imagens estimulantes. Não é propriamente no assunto que o cartaz "fisga" o transeunte - pelo menos, num primeiro instante - e sim na sua força enquanto imagem.

Logo no início do uso do cartaz litográfico percebe-se a força sugestiva e atrativa da imagem - capaz de "impressionar" por si só - independente da sua mensagem. "Em A Obra (1886) Zola fala-nos de três jovens pintores que soltam 'gritos de admiração' diante de um cartaz a três cores afixado às margens do Sena"[8].

Os primeiros sinais da força sugestiva da imagem no cartaz foram percebidos pelo já citado Jules Chèret. No cartaz "La Loïe Fuller", Chèret consegue criar uma peça envolvente e dinâmica através da simplificação do desenho, quase reduzindo-o a uma mancha de cores. O fundo chapado, bem como o traço leve e livre de volume da figura, além de ressaltar as cores, afasta a representação de uma intenção realista, ou seja, não se nota a necessidade de criar uma representação descritiva, e sim uma imagem estimulante. Mas, se é possível perceber o potencial do essencial e do simples no cartaz de Chéret, por outro lado, é também através de seus cartazes que se percebe os primeiros efeitos da força do cartaz como meio. Não se sabe ao certo se os cartazes de Chéret foram eficientes para divulgar as casas de espetáculos às quais se destinavam (Moulin Rouge, Folies-Bergére), mas o que foi notado

[8] FERMIGIER, André. op. cit., p. 106.

unesp

é que eles serviram para popularizar "muito depressa um determinado tipo de raparigas de beleza convencional, mas roliças, rosadas, louras, cheias de saúde, as quais, denominadas 'Chérettes', começavam em breve a serem vistas em todas as paredes de Paris, animadas por um ímpeto endiabrado no meio de graciosos frufrus"[9]. É curioso notar que rapidamente as "Chérettes" deixaram de ser apenas figuras impressas e passaram a ser figuras reais, a partir do momento em que as jovens parisienses passaram a imitar o seu aspecto[10].

As potencialidades do cartaz como meio e como linguagem foram ainda mais compreendidas - e por isso mesmo enfatizadas - por Toulouse-Lautrec. No cartaz "Aristide Bruant dans son cabaret", Lautrec vai mais longe que Chéret e elimina todo o superficial. Percebe-se uma intenção de reduzir a imagem - e a figura representada - a elementos essenciais, chamando a atenção somente para os detalhes característicos, no caso, o cachecol vermelho, o chapéu, o sobretudo preto e o bastão (cuja atenção é chamada através da distorção: a mão que o

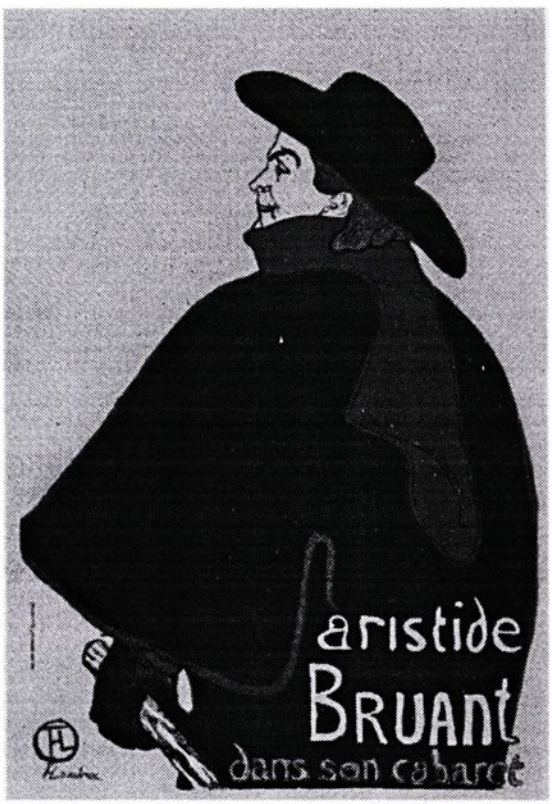


La Loie Fuller 1893
(Jules Chéret)

[9] IDEM, Ibdem, p. 107.
[10] BARNICOAT, John. *Los carteles - su historia y su lenguaje.* Barcelona: Gustavo Gili, 2000, p.20.

segura é desproporcionalmente grande). Assim, Lautrec despe a figura representada de suas características "humanas" e a converte literalmente em "imagem impressa", quase atingindo uma abstração. Lautrec não faz um retrato de Aristide Bruant, mas cria um personagem emblemático (ou o revela como tal). O que era apenas sugerido ou intuitivo em Chéret, é aprofundado por Lautrec. Por evitar a redundância, ele valoriza mais a informação que a representação, ou seja, leva também em conta a funcionalidade do cartaz. A imagem não se destina a embelezar, mas sim a informar. É para ser vista rapidamente nas ruas e não para ser contemplada em uma galeria. Também é curioso verificar como Lautrec incorpora elementos de outras linguagens, como a fotográfica, ao apresentar a figura em meio corpo.

Lautrec traduz a figura para a "bidimensionalidade" do cartaz: o contorno é enfatizado recortando a figura, as cores são chapadas, os efeitos de volume e sombra são descartados e o fundo vazio é o próprio papel. Ele explora as possibilidades que o meio lhe



Aristide Bruant dans son cabaret 1893
(Henri de Toulouse-Lautrec)

unesp

oferece, adaptando se e ao mesmo tempo revelando de certa forma a técnica litográfica, que nada mais é que uma composição de várias manchas de cores que formam uma imagem. Ao optar por não preencher o fundo, apresentando a textura do papel, ele também revela o suporte utilizado. É curioso notar também como o texto é apresentado, desenhado de forma primária e livre, como que uma crítica à rigidez e à simetria do texto tipográfico.

Com Chéret e Lautrec são lançadas as bases do cartaz como meio de comunicação e publicidade, bem como linguagem. Ao representar as "raparigas roliças, rosadas e louras", Chéret dinamizou as ruas parisienses e também tornou público e valorizou um padrão de beleza feminina. Em seus cartazes se encontram os primeiros sinais da força comunicativa da imagem. Lautrec compreendeu isto e foi além, considerando a utilização da imagem enquanto informação e percepção.

O impressionismo está relacionado indiretamente com o cartaz, tendo contribuído na criação de imagens sugestivas e estimulantes, de modo que favoreceram seu caráter publicitário e informativo. Com o expressionismo, o envolvimento será mais direto, intensificando principalmente a relação com o receptor. A agressividade natural da estética do expressionismo irá se adequar perfeitamente aos cartazes destinados a mudar a opinião das pessoas. "Diante da realidade o Impressionismo manifesta uma atitude sensitiva, o expressionismo uma atitude volitiva, por vezes até agressiva"[11].

O cartaz "Die Brücke" de Ernst Kirchner, comparado ao de Lautrec ou mesmo ao de Chèret, demonstra um novo procedimento. A distorção e mesmo a crítica visual que era sugerida por Lautrec[12] é aqui aprofundada, criando um cartaz que não indicia a mínima intenção de agradar ou "embelezar" (o que era evidente em Chèret). Tanto que a imagem, ao contrário de se aproveitar das liberdades da impressão litográfica, busca a antiga estética da xilogravura, criando um visual "primitivo". Desta agressividade, deduz-se que o cartaz não está querendo conquistar o olhar, mas

[11] ARGAN, Giulio Carlo. op. cit., p. 227.
[12] Comparado a Chèret, não percebe-se nos cartazes de Lautrec uma intenção de representar as figuras de uma forma bela, de forma que elas são caricaturais, beirando o grotesco.

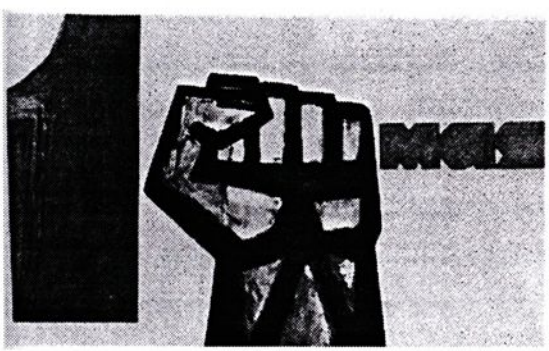
unesp

sim incomodá-lo, para justamente levá-lo para pontos além da imagem em si.

Se os cartazes de Chèret eram um agradável e sedutor sussurro em nossos ouvidos, o cartaz expressionista é um grito ensurdecedor, que nos atinge de forma impactante, exigindo que tomemos uma atitude. No cartaz de Jefim Cwik (1° de Maio), um punho cerrado emerge no cartaz de forma agressiva. Não há a mínima intenção de agradar, o desejo é de comunicar uma sensação, ou seja, comunicar um sentimento e fazer com que ele seja compartilhado por quem vê o cartaz. Percebe-se o desejo de representar a força e a garra dos ideais trabalhistas. No cartaz "Varsovie Accuse" de Paul Colin, nota-se um procedimento semelhante. Não é a toa que a estética expressionista foi e ainda é a mais eficiente e a mais utilizada em cartazes de protesto que visam mudar radicalmente a opinião das pessoas. Ela contribuiu para intensificar a participação do receptor diante do cartaz, provocando um envolvimento sensorial com o que é apresentado, a partir de imagens às quais é impossível ficar



Die Brücke 1900
(Ernst Ludwig Kirchner)

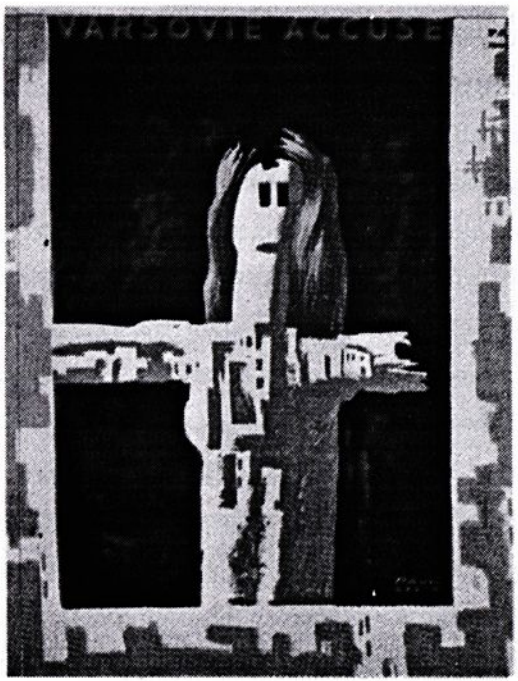


1° de Maio 1965
(Jefim Cwik)

unesp

indiferente. É importante, no entanto, salientar que estes cartazes, por pedirem um envolvimento maior do receptor, tornam a comunicação mais lenta e difícil, fazendo assim, durar a ação perceptiva.

A provocação visual também é uma característica do dadaísmo, embora este movimento se caracterize mais por uma atitude contestadora do objeto artístico do que pela criação, propriamente, de uma "estética", ou seja, caracteriza-se mais como um procedimento, sem no entanto, criar um código estético definido. Iconoclasta e niilista, o movimento Dadá, ao tomar uma atitude antiestética[13], contribuiu para dar atenção aos aspectos estruturais e formais do cartaz. Os cartazes feitos por Kurt Schwitters e Theo van Doesburg para as exposições do movimento, numa atitude provocativa, resgataram a tipografia e a reconheceram como linguagem. Nesses cartazes, a disposição do texto, ao desvincular-se da linearidade da estética do livro, volta-se para os aspectos estruturais, resgatando sua autonomia. Eles convidam o receptor a participar de um jogo lúdico,



Varsovie Accuse 1946
(Paul Colin)



Dada Matinee 1923
(Kurt Schwitters e Theo van Doesburg)

[13] Procedimento semelhante ocorreria nos anos 70 do século XX com os cartazes Punks que, numa atitude contestadora, eram elaborados a partir de recortes de jornais.

voltando-se para a própria mensagem. O texto ganha ritmo, movimento e, até mesmo, uma certa organicidade, ficando bem distante dos primeiros cartazes tipográficos. Em outras palavras, provocam um estranhamento, da e na letra, como na e da palavra. A própria disposição do texto chama a atenção por seu valor enquanto signo impresso.

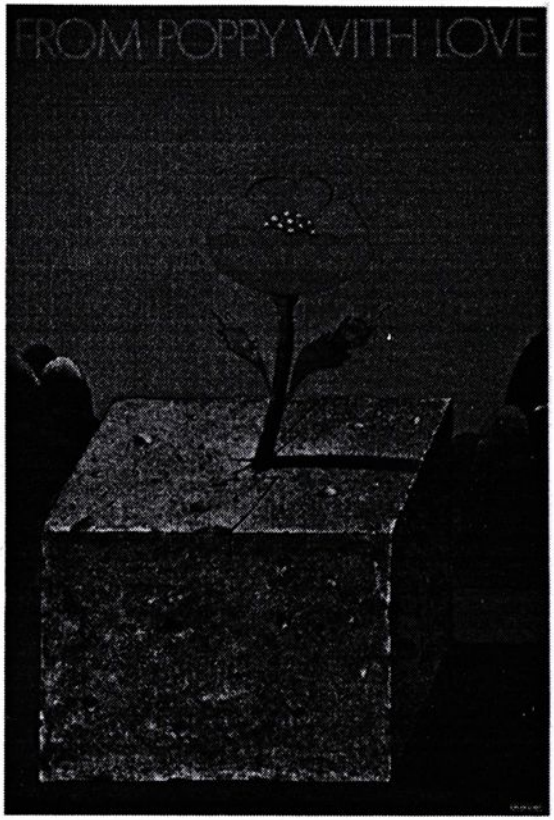
Menos formal e mais voltada para a composição da imagem, é a estética surrealista, surgida nos anos 20 do século XX. Seu objetivo maior era representar na arte a teoria do inconsciente, descoberta e fundada por Freud no início do mesmo século. Nas artes, basicamente, o surrealismo caracterizava-se pela "surpresa visual" conseguida através da combinação de imagens antagônicas, com objetivo de gerar um significado com raízes no subconsciente. Uma obra surrealista é um enigma para os olhos (e para a mente). Por isso mesmo, desafia a percepção. Rapidamente, esta estética foi assimilada no cartaz, por ser extremamente eficiente para fins publicitários. No cartaz, o surrealismo auxiliou na criação de imagens metafóricas, além de embutir o humor e o *nonsense*. Se nas artes plásticas, o surrealismo foi uma manifestação para dar a liberdade ao artista de expressar, sem preconceitos, sua imaginação - sem se preocupar se será compreendido ou não - no cartaz, ao contrário, a estética surrealista será um poderoso elemento persuasivo. Duas imagens antagônicas são combinadas para gerar um terceiro significado, de qualidade metafórica, que irá reforçar a argumentação e a compreensão da mensagem. O ponto da "conquista visual" está justamente na surpresa, no inusitado. No cartaz "From Poppy With Love", de Milton Glaser, uma flor brota de um bloco de concreto, criando uma imagem surpreendente e poética. Ainda mais curioso é o cartaz "Vite Aspro" de Savignac, em que a idéia de irritação e mal estar do personagem é enfatizada pelo turbilhão de automóveis que literalmente lhe atravessam a cabeça (é curioso notar como a imagem é dotada de sonoridade, sendo não só um estímulo visual, mas também acústico).

A estética surrealista tomou uma

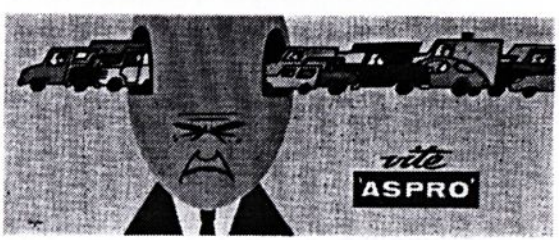
unesp

dimensão ainda maior quando tornou-se possível reproduzir fotografias em impressos. Sendo assim, a combinação de imagens inusitadas poderia ser feita combinando fotografias registradas em diferentes situações, numa técnica que ficou conhecida como "fotomontagem". Esta técnica cria com o receptor um jogo altamente participativo, porque solicita combinar imagens conhecidas, "reais", porém apresentadas em uma relação inusitada, ou seja, imagens familiares que são apresentadas de forma a produzir um estranhamento, e com isso levar a uma reconsideração. Assim, a fotomontagem no cartaz torna a metáfora surrealista ainda mais forte e surpreendente. Por estar ainda mais ligada ao "real", incomoda mais e, por isso mesmo, conquista mais nossa atenção.

No cartaz "Mussolini", de Xanti Schawinsky, o busto do ditador fascista é formado por uma multidão indiferenciada de pessoas, reforçando de forma altamente eficiente a idéia da unidade do povo em torno do seu líder, um ser gigantesco e divino. Também com intenções ideológicas é o



From poppy with love 1967
(Milton Glaser)



Vite Aspro 1963
(Raymond Savignac)

unesp

cartaz feito por Voskuil, para os Jogos Olímpicos organizados pelos nazistas. Um atleta ariano em plena ação emerge de forma gigantesca sobre um estádio, revelando sua superioridade. Um símbolo gráfico, no caso, a suástica, também é associado, envolvendo o atleta, cuja força a atravessa e segura, indiciando a força e o poder nazista-ariano.

Além do teor ideológico, a fotomontagem também foi utilizada para criar composições poéticas, contribuindo para propor aos nossos olhos novas associações, produzindo atrações visuais puras como o cartaz "Hawaii Pop Rock Festival", de Victor Moscoso. Aqui é criada uma composição que busca demonstrar o ritmo e a sonoridade naturais das ondas da praia de Waikiki, cenário do evento musical divulgado pelo cartaz.

Como foi visto até agora, os rumos que a arte foi tomando migram e vão se saturando no cartaz, de modo a estruturar sua linguagem, principalmente no que diz respeito à participação do receptor. Porém, o amadurecimento da linguagem do cartaz se dará a partir dos movimentos de vanguarda



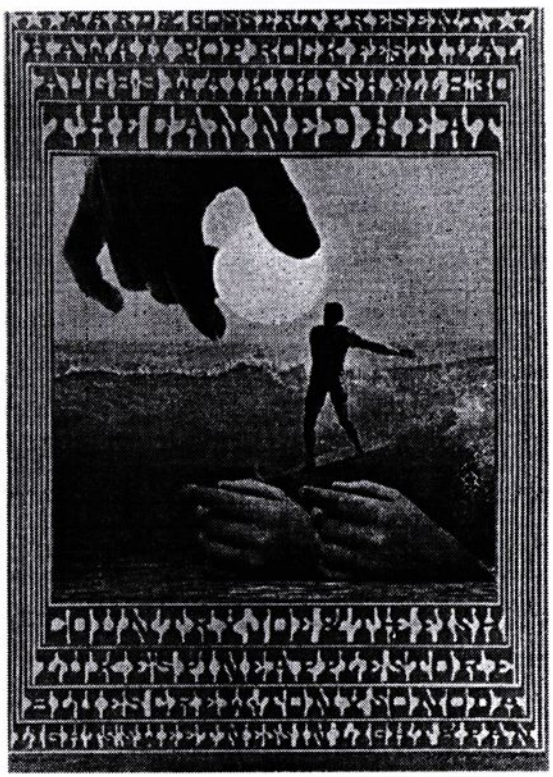
Mussolini 1934
(Xanti Schawinsky)



Jogos Olímpicos 1936
(Voskuil)

(também conhecidos como modernos), que revolucionaram a arte em geral. Estes movimentos caracterizaram-se por uma abordagem ainda mais abstrata, técnica e estrutural do objeto artístico. Sendo assim, a arte abandona por definitivo a representação que visa uma aproximação com a realidade e parte para uma abordagem mais científica e investigativa na criação do objeto artístico. A fonte de inspiração passa a ser a máquina, a indústria e seus artefatos e não mais a natureza.

No cartaz, intensifica-se a intenção de informar utilizando somente os elementos próprios da linguagem gráfica, evitando a utilização de imagens pictóricas e antropomórficas. Sendo assim, ocorre uma valorização das formas geométricas, do ponto, da linha, das cores puras, etc. É criado o conceito da *grid*, isto é, da grade de construção, sendo a área do cartaz um espaço racionalizado, dividido em pontos nobres e periféricos. A tipografia (não a técnica e sim o texto enquanto um dos elementos que compõem o cartaz) é valorizada, passando a ser considerada um

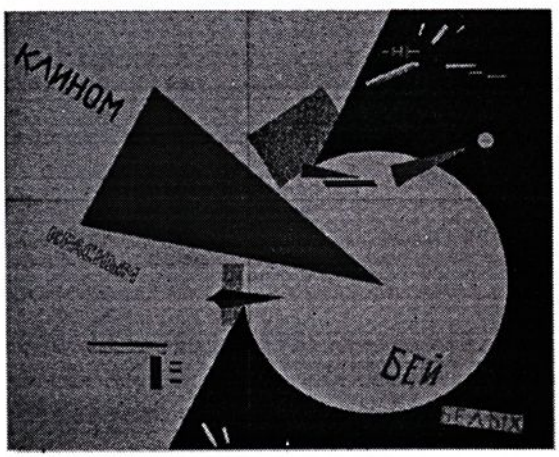


Hawaii Pop Rock Festival 1967
(Victor Moscoso)

unesp

elemento formal fundamental do cartaz, assumindo sua qualidade enquanto imagem. A beleza do cartaz passa a nascer da estrutura, da orquestração dos seus elementos componentes e não propriamente da "qualidade da imagem". Importantes bases para este princípio foram as teorias da forma (Gestalt) e da informação.

Dos movimentos de vanguarda, será o Construtivismo Russo o responsável pelo momento mais importante da história do cartaz. Neste caso singular, ocorre uma perfeita concatenação entre os ideais da Revolução Russa e a linguagem do cartaz. Este passa a ser visto como um meio de atingir diretamente as massas para promover os ideais políticos e estéticos da Revolução. O cartaz torna-se o arauto de uma nova estética, totalmente desvinculada das antigas. A meta era propor uma nova forma de ver o mundo. Folhetos, catálogos e, principalmente, cartazes, enfim, todos os impressos saídos das gráficas passam a obedecer a um mesmo princípio visual, promovendo um movimento de *design* gráfico único até hoje. O ápice deste novo



Com a cunha vermelha, golpeie os brancos 1919
(El Lissitzky)

unesp

procedimento se revelará nos cartazes de cinema, que possibilitarão um diálogo das novas linguagens surgidas no final do século anterior: a fotografia, a publicidade e o cinema[14].

O cartaz "Com a cunha vermelha, golpeie os brancos" de El Lissitzky é um dos exemplos mais radicais da estética do movimento construtivista. Há uma abstração total dos elementos e uma integração perfeita do texto à composição, sendo a mensagem captada a partir da materialidade dos elementos utilizados, ou seja, a comunicação é feita tão somente pelas cores e pelas formas. É um cartaz que exige uma nova participação do receptor, ainda mais atenta e mais intelectual. Daí o caráter didático desses cartazes. Eles educam nossa percepção, propõe-nos uma nova sensibilidade.

Embora não tão diretamente como o Construtivismo, as manifestações de outros movimentos vanguardistas (futurismo, cubismo) também irão reverberar na estética do cartaz, influenciando principalmente seu processo de elaboração, que passa a ser dotado de regras, convertendo-se inclusive em disciplina, tornando-se cada vez mais obra de um profissional (o *designer* ou artista gráfico). O ápice desta especialização profissional ocorrerá na Bauhaus, onde a tipografia e a fotografia irão se tornar os elementos principais do *design* gráfico[15].

Um exemplo é o cartaz de Joost Schmidt para uma exposição da escola. O interesse visual é propiciado pelo jogo da simetria e assimetria, pelo equilíbrio e pela forma e não por uma representação pictórica. Não existe o jogo fácil dos elementos persuasivos, existe apenas a informação traduzida para a forma do cartaz. Não é apresentada uma "imitação da realidade" ou uma "surpresa visual"; é criada uma nova estética, desvinculada totalmente da tentativa de imitar elementos "naturais". A beleza surge da e na linguagem gráfica, ou seja, dos códigos próprios à impressão sobre o papel. Outro exemplo é o cartaz feito por Giovani Pintori para a "Olivetti 82 Diaspron", no qual é evitada uma representação "realista" do produto - no caso, a máquina de escrever - transformando-o (ou traduzindo-o)

[14] Estes cartazes serão apresentados mais adiante.
[15] SATUÉ, Enric. *El diseño grafico, desde los orígenes hasta nuestros días.* Madrid: Alianza, 1997, p. 157-158.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

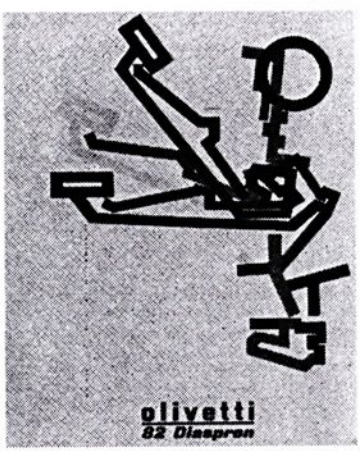
para a linguagem do cartaz. Neste caso, os elementos são organizados de modo a traduzir o movimento gerado pelo funcionamento mecânico do produto. Em outras palavras, o movimento na verdade não existe, e sim a sua idéia, que é produzida na leitura das formas e da disposição das mesmas no espaço.

A tendência formal se intensifica, gerando novas escolas, agora totalmente desvinculadas das artes plásticas, firmadas por uma busca cada vez mais radical pela simplificação dos elementos. Aquela busca pela essência e a tendência à abstração que eram esboçadas por Lautrec são radicalizadas ao extremo nos movimentos formais. A regra é dizer "o máximo com o mínimo". Nos cartazes feitos sob este princípio, percebe-se uma busca pela objetividade da informação, o que leva a uma total negação de qualquer elemento que justifique sua presença somente pela beleza, isto é, que seja meramente um ornamento.

A economia de elementos e a confiança na eloqüência das formas e das cores podem ser percebidas nos cartazes de



Staatliches Bauhaus 1923
(Joost Schmidt)

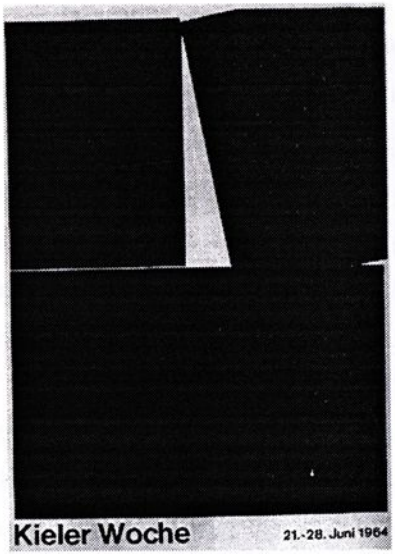


Olivetti 82 Diaspron meados de1950
(Giovani Pintori)

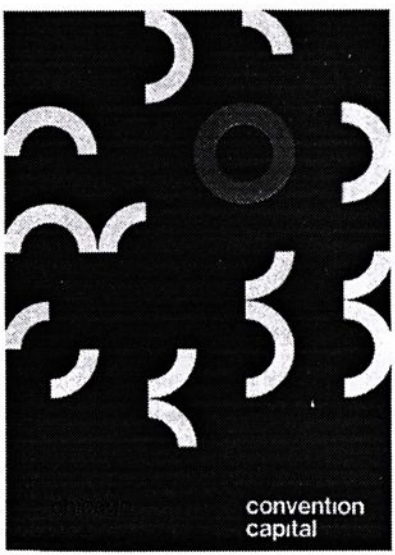
Hans Hillman ("Kieler Woche") e John Rieben ("Chicago Convention Capital"). Principalmente neste último, nota-se a geometrização e o rigor matemático na construção do espaço.

O cartaz de cinema

Quando o cinema surgiu, no final do século XIX, o cartaz litográfico estava no auge da sua popularidade. Pelo que consta, os primeiros filmes dos irmãos Lumière já apostavam neste meio como uma forma de divulgar a novidade das "imagens em movimento". No entanto, ao contrário de seguir o caminho aberto por Chéret e Lautrec, estes primeiros cartazes (a maioria de artistas anônimos) apostavam numa estética popular, que lançava mão de uma representação realista e descritiva. Sendo assim, o valor destes cartazes se encontra mais no campo psicológico-cultural do que no campo estético, visto que são reflexos do gosto do público e da reação do mesmo diante de uma nova tecnologia. Apesar deste ponto não ser do interesse deste trabalho, alguns destes cartazes serão apresentados justamente para



Kieler Woche 1964
(Hans Hillman)

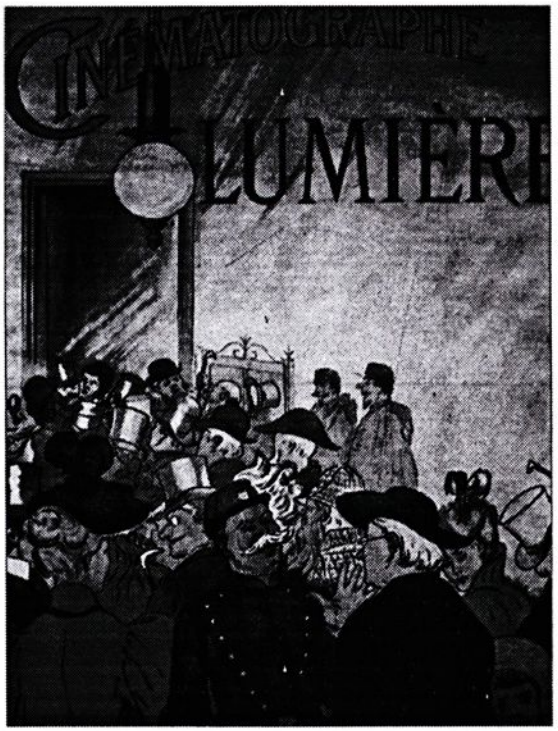


Chicago Convention Capital 1968
(John Rieben)

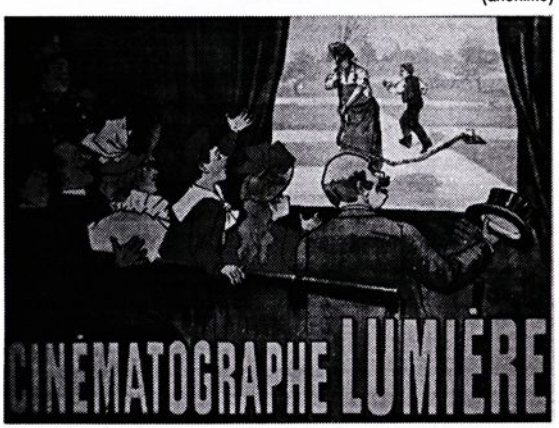
servirem de contraponto aos que serão apresentados no tópico seguinte.

Em um dos primeiros cartazes de cinema, "Cinématographe Lumière", vemos uma imagem que busca literalmente retratar a movimentada entrada de uma sala de cinema. Percebe-se a intenção de simular o instantâneo fotográfico, documentando o momento que revela a curiosidade gerada pela novidade. Assim como também é evidente a intenção de lhe atribuir crédito, apresentando claramente a classe das pessoas que freqüentam as salas (padres, oficiais, membros da alta sociedade, etc.). É o cartaz cumprindo uma função puramente persuasiva, conquistando o olhar pela identificação rápida e doutrinando pela imitação. O mesmo procedimento é aplicado em outros cartazes (todos da mesma época).

Em um outro cartaz feito para o "Cinématographe Lumière", a representação passa do exterior para o interior da sala de cinema. Aqui uma família contempla animadamente a imagem de um filme. No entanto, esta imagem é representada de forma dúbia, podendo ser confundida com



Cinématographe Lumière 1896
(anônimo)



Cinématographe Lumière 1896 (?)
(Auzolle)

unesp

um espetáculo teatral.

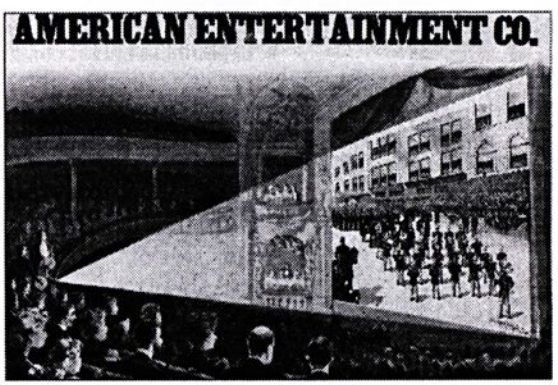
A mesma dubiedade está presente em "Tous y Mènent leurs enfants!", no qual chefes de Estado contemplam as próprias imagens reproduzidas em uma tela. Nada indica que a imagem apresentada está sendo projetada. Sendo assim, ainda pode ser confundida com uma fotografia ou uma pintura. O único indício dela estar em movimento é o fato das pessoas representadas estarem andando.

A "mágica" do cinema aparece de forma mais clara em "American Entertainment Corporation", no qual são representados os principais elementos que a tecnologia "cinema" envolve: a sala (espaço/ palco para sua apresentação), o projetor (a tecnologia em si), o filme (o seu produto/ a sua manifestação) e o público (o seu usuário).

Todos estes cartazes se caracterizam por uma estética realista, documental, indiciando a intenção de buscar uma aproximação e identificação por parte do receptor. São cartazes que esclarecem o funcionamento e a "utilidade" do cinematógrafo, buscando associações



Tous y Mènent leurs engants! 1908
(Adrien Barrère)



American Entertainment Corporation meados de1910
(anônimo)

simples e diretas, de modo que não causam estranhamento. As associações são produzidas a partir de situações já experimentadas pelo receptor, daí o fato do filme em alguns cartazes se assemelhar a um espetáculo teatral e em outros à fotografia. Naturalmente, esta postura surge com o intuito de minimizar os preconceitos e as desconfianças que são comuns sempre que surge uma nova tecnologia. Promove uma aceitação rápida, tranqüila e passiva, que não questiona ou investiga o novo ambiente e os novos códigos gerados pelo meio.

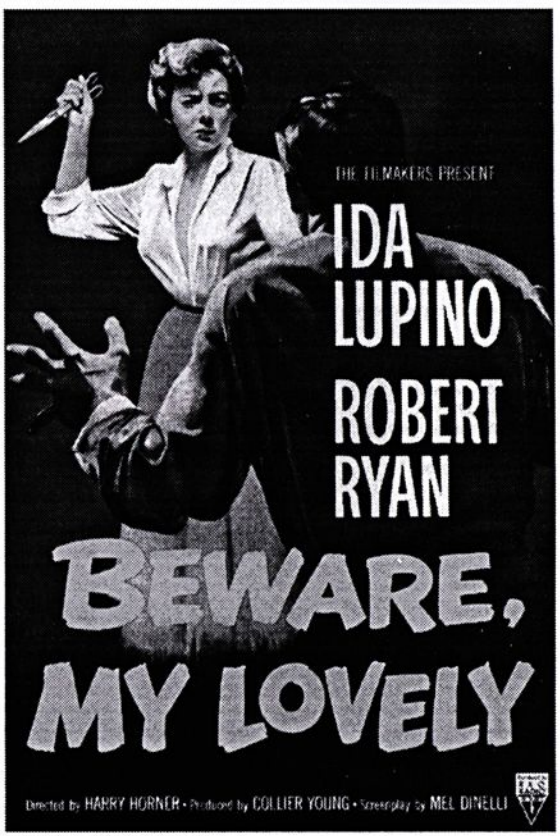
À medida que o cinema aprimora suas capacidades narrativas (o que ocorre rapidamente), o cartaz deixa de ser um veículo de publicidade para o cinematógrafo e passa a ser publicidade para o filme. Na maior parte das vezes, esta publicidade é feita antecipando um fragmento do que será visto na tela. Neste jogo mimético, em que o cartaz busca se assemelhar à imagem do filme, pouco resta ao receptor, além da tarefa de se identificar ou não com esta imagem. Esta é uma abordagem que ainda é utilizada nos dias de hoje, inclusive sendo intensificada a partir



The batlle of Elderbush Gulch 1914
(anônimo)

da possibilidade de uso da fotografia. Estes cartazes guardam semelhanças ao efeito que uma ilustração produz em um livro. A diferença é que no cartaz de cinema a imagem se antecipa à narração criando uma identificação que se confirmará no momento em que o filme for visto. A imagem selecionada é carregada de dramaticidade, geralmente retratando de uma forma teatral um clímax, incitando a curiosidade para o que vem a seguir, ou para o que antecedeu aquele momento. É uma abordagem estética que tem sua raiz na força dramática da pintura clássica e do barroco.

O cartaz para o filme "The Battle of Elderbush Gulch" traz uma imagem de grande dramaticidade, na qual um momento da ação é congelado, colocando em suspenso várias questões que somente após assistir ao filme será possível responder: A mulher está morta? A criança será morta? Alguém irá deter o agressor? Efeito semelhante é produzido no cartaz do filme "Beware, my lovely". Em ambos os casos, a comunicação se efetua na leitura/ identificação da expressão facial e do gesto do ator.



Beware, my lovely 1952
(anônimo)

O estereótipo da expressão física do ator será um elemento fortemente utilizado pelos cartazes hollywoodianos, a fim de facilitar cada vez mais a comunicação com o receptor. O gesto torna-se um elemento indicial para o gênero do filme. Um casal com os rostos colados indicia o gênero romântico, um indivíduo com expressão pouco amistosa e uma arma em punho indiciam o gênero policial, e assim por diante (como pode ser visto nos cartazes "Casablanca" e "The Roaring Twenties"). Esta padronização tira a personalidade dos cartazes, mas por outro lado facilita a identificação rápida do público. O receptor é envolvido de imediato no clima da cena, identificando-se com ela. Um procedimento que embora pobre para a percepção - pois nada acrescenta ao receptor e ao filme - é eficiente em termos comerciais. Nestes cartazes de estética realista, é importante observar que o texto surge como um intruso, funcionando somente como uma legenda à imagem que é apresentada.

Como foi visto no tópico anterior, a fotomontagem, explorada pelos movimentos de vanguarda, possibilitou a combinação de



Casablanca 1943
(anônimo)



The Roaring Twenties 1939
(anônimo)

várias imagens. Embora desprovida das intenções desautomatizantes destes movimentos, esta técnica reverberou no cartaz comercial. No cartaz do filme "Der Blaüe Engel", dois personagens representados em pontos de vista diferentes (um close e um corpo inteiro) são combinados, criando uma aproximação, que embora à primeira vista pareça surreal, tornou-se rapidamente assimilada - e posteriormente, muito utilizada - na estética do cartaz de cinema. Apesar das imagens não serem fotográficas, este cartaz pode ser encarado como um exemplo da assimilação da fotomontagem à linguagem gráfica comercial, visto que reflete, mas não segue, os paradigmas da técnica e dos movimentos de vanguarda. Neste caso, a combinação de imagens diferentes é utilizada para gerar associações óbvias e não inusitadas. Sendo assim, não dificulta a comunicação, pois é redundante.

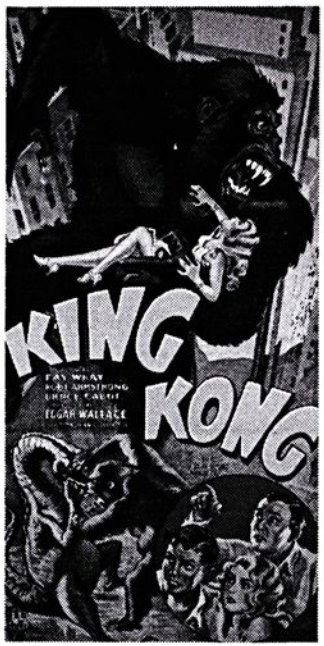
Ao combinar várias imagens, o cartaz pode oferecer um *poutpourri* de vários momentos da narrativa, o que aumenta a argumentação para que o filme seja visto. Se



Der blaüe engel 1930
(anônimo)

uma imagem não agrada, a outra pode agradar. No cartaz do filme "King Kong", três momentos da narrativa são justapostos, inclusive apresentando um mesmo personagem em situações diferentes. Nesta tentativa de retratar várias seqüências de imagens, consegue-se um efeito não seqüencial, mas simultâneo. A narrativa não se resume em uma imagem, mas é diluída em várias. Não é buscado um foco de interesse, mas são apresentados vários. No cartaz, as cenas ocorrem simultaneamente, sem um fio narrativo de causa e conseqüência. O mesmo ocorre no cartaz do filme "Rocco e i suoi fratelli" em que três imagens de diferentes momentos, cada qual com seu impacto emocional, são combinadas, assim como no cartaz de "Romeu e Julieta", no qual a simultaneidade dos eventos é enfatizada. Entretanto é curioso notar como esta montagem de imagens ainda não é suficiente para tirar o receptor da sua passividade. As imagens não são apresentadas com o intuito de gerar um diálogo que produza uma metáfora ou algo inusitado à percepção.

O cartaz de "How the west was won"

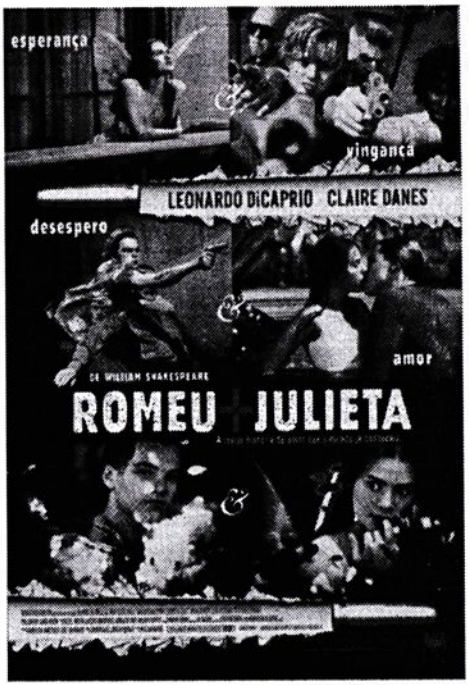


King Kong 1933
(anônimo)



Rocco e i suoi fratelli 1960
(anônimo)

é um exemplo da abordagem que foi chamada pelo *designer* Saul Bass de "see, see, see" (veja, veja, veja)[16]: veja o estouro da manada de búfalos, veja o ataque dos índios, veja o terrível acidente do trem, veja os combates da Guerra Civil, etc., etc. Este cartaz e os outros citados acima apresentam e explicitam o cinema como uma área de visionamento ("veja"). O cartaz apresenta apenas fragmentos de imagens que serão vistas com mais detalhes no filme. Dentro deste raciocínio, o cartaz comercial apresenta o cinema não só como uma área para ver situações, mas também para ver rostos. Daí cartazes como "Anna Karenina", "Jezebel" e "Nobody's Fool", que apresentam tão somente as fisionomias dos atores Greta Garbo, Bette Davis e Paul Newman, respectivamente.



Romeu e Julieta 1996
(anônimo)

Aliás, a identificação com ator é um dos grandes trunfos utilizados pelo cinema comercial, notadamente o hollywoodiano, no qual o ator ou atriz são convertidos em "astros" e "estrelas" destinados à idolatria. E o cartaz intensifica este aspecto. A intenção é sempre buscar uma representação do ator



How the west was won 1962
(anônimo)

[16] Em entrevista concedida à Pamela Haskin para a revista "Film Quaterly" (outono de 1996).

em seus trajes ou poses características, criando uma figura estereotipada, emblemática, fácil de ser retida na memória do público.

No cartaz do filme "Jezebel", a presença da atriz Bette Davis é o principal foco de interesse do cartaz, ela "é" o filme. Sua imagem é representada como no primeiro plano cinematográfico, que no cartaz converte-se em um gigantesco retrato. Antes e após este cartaz, houve outros que exploraram o rosto da atriz, de modo que os seus traços fisionômicos foram assimilados pelo receptor. Nestes cartazes, indícios da narrativa só são possíveis de serem percebidos na leitura da expressão e da aparência da atriz. O cartaz não tenciona antecipar a narrativa, mas sim apresentar um rosto para ser contemplado e reconhecido como "valor visual" do filme. Também é interessante observar que em todos estes cartazes existe uma forte associação da imagem do ator ao signo verbal que representa o seu nome. Percebe-se uma intenção de facilitar o reconhecimento e a assimilação do ator, aqui apresentado como



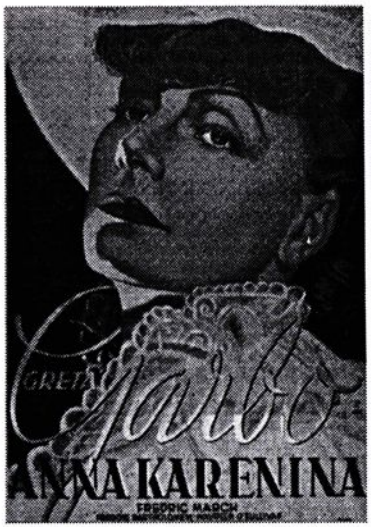
Jezebel 1938
(anônimo)

um "produto".

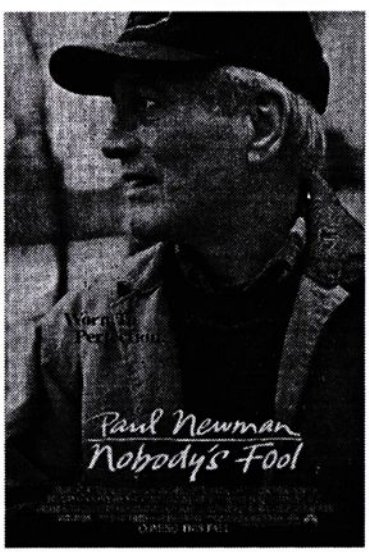
Veja (e leia) o cartaz. Leia o filme.

A mudança de procedimento nos cartazes de cinema ocorrerá primeiramente impulsionada pelos movimentos de vanguarda do início do século XX que irão abarcar inclusive a estética cinematográfica. Enquanto alguns viam o cinema na sua forma substancialmente narrativa e comercial, outros o viam como um excelente veículo para a experimentação formal. Dentre os que eram dotados da segunda visão, estavam os expressionistas alemães e principalmente os vanguardistas russos.

O expressionismo alemão tinha a proposta de levar para a tela os princípios que haviam sido expressos primeiramente na pintura. A proposta era apresentar a realidade de uma nova forma, um "novo realismo", daí que a grande contribuição do expressionismo para a linguagem do cinema ocorrerá principalmente na fotografia e na cenografia. Os ângulos da câmera, a iluminação e os cenários serão utilizados não para criar uma simulação do real, gerando uma identificação



Anna Karenina 1935
(anônimo)



Nobody´s fool 1994
(anônimo)

com o receptor, pelo contrário, apresentarão uma nova visão, estranha e agressiva. A maioria dos cartazes feitos para estes filmes, de certa forma, prepara o receptor para a estética que posteriormente será vista na tela. No cartaz do filme "Das Cabinet des Dr. Caligari", é representada somente uma parte do cenário onde a história se desenrola, não há a presença do ator, nem de um "clímax".

Um exemplo mais curioso é o cartaz do filme "Der Golem: Wie Er in die Welt Kam", no qual a representação pode ser entendida como uma leitura do filme, no sentido de que não busca representar fielmente o *décors*, mas sim interpretar, ou melhor, traduzir para o cartaz a atmosfera doentia do filme. O cartaz se apresenta, então, como uma reação ao filme e, simultaneamente, como uma referência estética, visto que o filme é feito dentro dos mesmos princípios. Diante desta reação, o receptor se posiciona também como interpretante do filme. O texto se integra de forma perfeita à imagem, não sendo um mero elemento aditivo.

Mas será a vanguarda russa aquela que promoverá, como já foi dito, um



Das Cabinet des Dr. Caligari 1919
(anônimo)



Der Golem: Wie Er in die Welt Kam 1920
(anônimo)

unesp

momento singular para a história do cartaz de cinema, graças a uma perfeita sintonia entre os ideais políticos e estéticos, no intuito de produzir uma revolução em todos os campos. O cinema, eleito como o mais eficaz dos meios de informação e comunicação, torna-se um dos principais focos de interesse dos formalistas russos. "Su estilo de libro de láminas y la possibilidad de usarlo para propagar ideas a la gente sin cultura parecía haber sido creado especialmente para las finalidades de un arte revolucionario"[17].

A grande revolução dos Russos na linguagem cinematográfica ocorrerá no campo sintático, mais precisamente na montagem[18]. Assim, os filmes são elaborados não no intuito de produzir uma continuidade linear da narrativa, mas sim uma dialética, fazendo com que o receptor não seja um mero espectador passivo, percebendo um encadeamento de imagens simples, lógicas e lineares, mas seja levado a produzir novas associações. "Segundo minha maneira de ver, que chamo de princípio dinâmico, a montagem não é uma idéia expressa ou desenvolvida através de elementos que se sucedem, mas uma idéia que se manifesta como o resultado de dois elementos independentes um do outro"[19]. É curioso notar como estes princípios se refletiram nos cartazes de cinema, cujo procedimento mais utilizado será o da combinação de imagens.

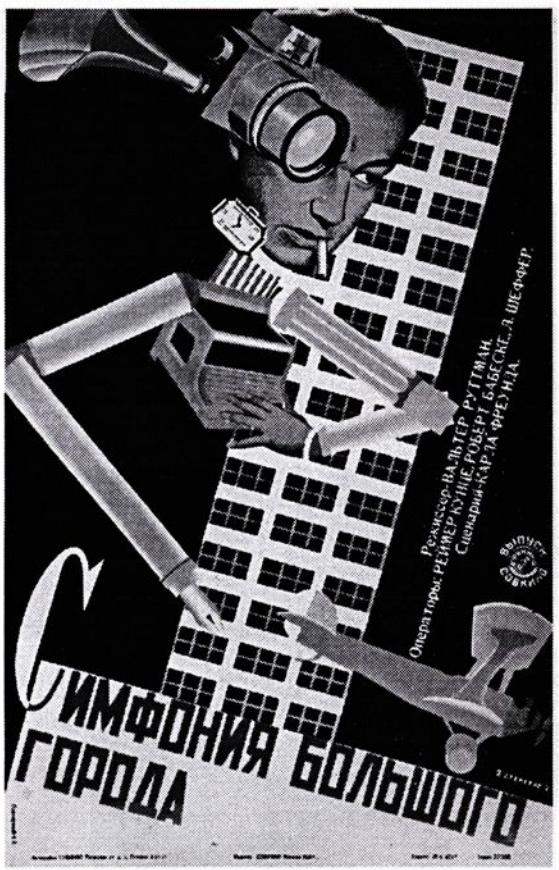
No cartaz do filme "Simfonia Bolshogo Goroda" (Sinfonia de uma grande cidade), não há uma imagem dominante, mas várias imagens que se associam num jogo dialético. Assim, uma câmera fotográfica é colocada sobre o rosto de um homem, substituindo um olho, um fonógrafo é colocado ao lado do seu ouvido e uma caneta substitui sua mão. O relógio, o avião e o edifício representam o tempo, a velocidade e o cenário que caracterizam o mundo moderno, no qual o homem aparece totalmente inserido, se metamorfoseando nas parafernálias que utiliza. É interessante observar que o cartaz reflete também a idéia de uma crônica (o filme é um documentário sobre um dia na cidade de Berlim) principalmente graças à imagem da figura

[17] Arnold Hauser, citado em SATUÉ, Enric. op. cit., p. 188.
[18] "O fundamento estético do filme é a montagem" Pudovkin, citado em AMENGUAL, Barthélemy. *Chaves do Cinema.* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1973, p. 122.
[19] Sergei Eisenstein, citado em AMENGUAL, Barthélemy. op. cit., p. 132.

unesp

humana que se assemelha à de um jornalista, visto que observa a cidade pela lente da câmera e transmite suas considerações através da máquina de escrever. A máquina fotográfica, o fonógrafo (para gravar o som), a caneta e a máquina de escrever são ferramentas típicas do documentarista da grande cidade, todas são utilizadas para captar (e traduzir) o real. Só que ao mesmo tempo este suposto cronista (que pode ser encarado como o diretor do filme) converte-se em suas próprias ferramentas, na verdade, extensões do seu corpo.

No cartaz do filme "Chelovek s Kino Apparaton" (O homem com a câmera), há o mesmo jogo dialético dos elementos, que são justapostos, criando uma imagem dúbia que funde o ser humano com uma câmera de filmar. O olho, sobreposto à lente, é tanto do cinegrafista, quanto da garota (representante do espectador?), levando a uma leitura que revela a crença dos revolucionários na arte cinematográfica, como uma nova forma de ver o mundo (através da lente da câmera). As pernas se entrelaçam com o tripé da câmera e mais ao fundo, num efeito que lembra a fusão



Simfonia Bolshogo Goroda 1927
(Georgii & Vladimir Stenberg)

de imagens utilizada no cinema, vemos a silhueta de um oficial manipulando uma metralhadora disposta sobre um tripé, levando-nos a associar a câmera a uma arma de combate. O cinema como arma da Revolução.

Nestes cartazes, o receptor é retirado forçosamente de sua passividade, visto que, frente a uma inusitada apresentação de elementos, resta a ele, para compreender, entrar no jogo proposto pelo produtor do cartaz, tornando-se assim, parte integrante do processo de criação. Frente a este estranhamento, cabe a ele produzir os significados, ou seja, fazer a leitura. São cartazes que têm vida própria, que contribuem de forma participativa aos filmes a que se destinam a divulgar, não sendo meros complementos. Não promovem a tranqüilidade apresentando elementos conhecidos, pelo contrário, são provocativos, lançam ao receptor a tarefa dispendiosa (porém gratificante) de raciocinar, criando associações inesperadas. Estes cartazes levam a uma consideração distanciada e, por isso mesmo, racional da



Chelovek s Kino Apparaton 1929
(Georgii & Vladimir Stenberg)

narrativa e não a uma identificação emotiva, como nos cartazes hollywoodianos. O filme deixa de ser visto como um mero entretenimento e passa a ser visto, através dos cartazes, como uma visão de mundo. Só que esta visão não é manipuladora, porque é distanciada e crítica, e o que assegura esta não alienação é aquilo que Eisenstein chamou de "obliqüidade"[20]. Com isto o receptor não se torna um mero espectador, mas sim um crítico, que lê (e pensa) o filme, mediado pela leitura feita pelo produtor do cartaz.

Nesta mediação, inclusive a linguagem do cinema é traduzida para a linguagem do cartaz, como nos cartazes "Oblomok Imperii" (Fragmento de um império), "Chastnayz Zhizn Petra Vinogradova" (A vida privada de Pedro Vinograd) e "Chelovek s Kino Apparatom" (O homem com a câmera). Eles traduzem, respectivamente, o close, a sucessão de planos e o movimento de câmera.

Como foi dito no tópico anterior, os movimentos formais acabariam por gerar o



Oblomok Imperii 1929
(Georgii & Vladimir Stenberg)



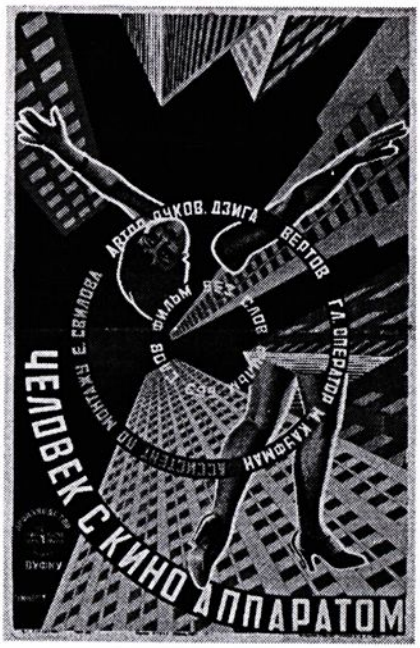
Chastnayz Zhizn Petra Vinogradova 1934
(Anatoly Belsky)

[20] "Damos uma orientação aos sentimentos despertados no espectador, mas empregamos também uma válvula de segurança, um pára-raios e isso é a obliqüidade. (...) Para mim e em mim, a obliqüidade é um grande potencial artístico (...) Quando está completamente ausente, quando o filme é simplesmente um simples passatempo, um sedativo ou um suporífero, então uma tal ausência de obliqüidade pode ser interpretada como uma vontade perfeitamente tendenciosa de manter o público tranqüilo e contente com a sua sorte. Exatamente como se a 'comunidade' do cinema, tal como a comunidade de uma igreja, devesse encorajar os bons sentimentos, a serenidade e as idéias simplistas dos cidadãos. Não é isso que consiste a filosofia do 'happy-end' dos Americanos?" EISENSTEIN, Sergei. *Da Revolução à Arte - Da Arte à Revolução.* Lisboa: Editorial Presença, s.d., p. 16-17.

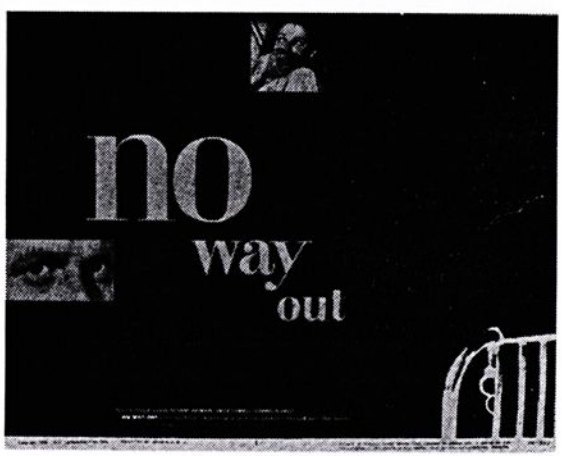
cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

profissional das artes gráficas (o *designer* gráfico). Um dos melhores exemplos da interferência deste profissional no cartaz de cinema é Saul Bass, que soube assimilar as vanguardas européias e transplantá-las para a publicidade cinematográfica norte-americana. Já no seu primeiro cartaz de cinema, "No Way Out", nota-se um novo procedimento, que embora menos radical que o dos russos, é infinitamente superior ao que era comumente visto. O título do filme não apenas nomeia o filme, mas também, a partir da forma que é disposto, leva informação sobre ele. Há uma objetividade na comunicação, fazendo com que o receptor não seja envolvido em um momento, mas em toda a atmosfera do filme, que é traduzida - e não simulada realisticamente - em poucos elementos gráficos, próprios da linguagem do cartaz. Diante da economia de elementos, resta ao receptor aprender a ler os signos visuais que lhe são apresentados (o fundo preto, o recorte das fotografias, a tipografia, a diagramação) e, a partir daí, produzir informação.

Também de Saul Bass são os



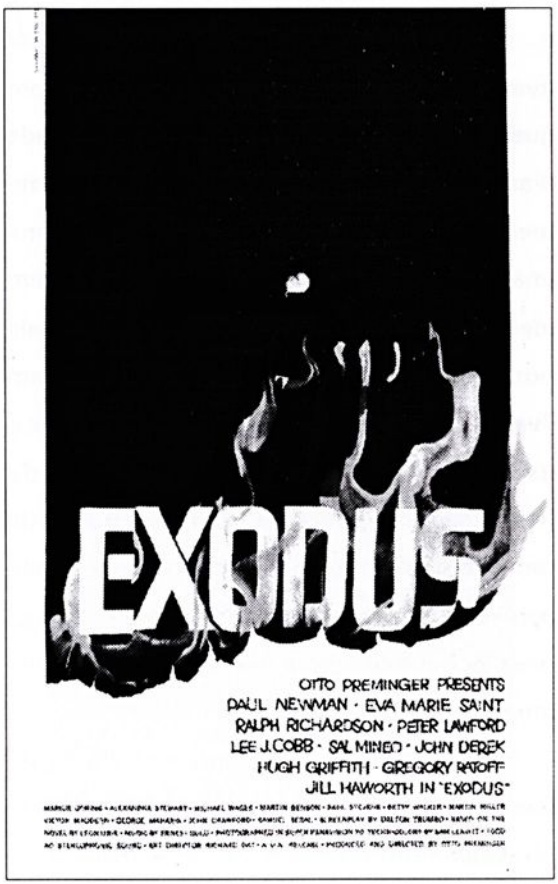
Chelovek s Kino Apparaton 1929
(Georgii & Vladimir Stenberg)



No Way Out 1950
(Saul Bass)

cartazes dos filmes "Exodus" e "The Man With the Golden Arm". Em ambos, o filme é praticamente reduzido a um único signo gráfico, suficientemente sugestivo, ou seja, todo o filme se converte em uma única imagem de qualidades metafóricas. Aliás, esta imagem se integra perfeitamente ao título do filme, formando um logotipo, ou seja, o cartaz dá ao filme uma identidade gráfica visual, memorizável e cognoscível. E estas imagens também são vistas no filme, visto que Bass transpunha seus cartazes para os créditos de abertura, isto é, no filme é mostrada a mesma imagem em movimento e acrescida de som. Embora a imagem consiga comunicar por seus próprios predicados no cartaz, o seu sentido como metáfora será fortalecido no momento em que o filme for visto.

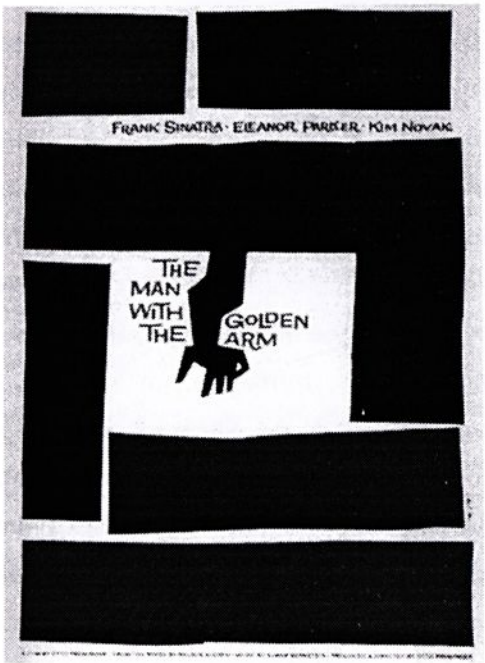
Nos cartazes de Bass é buscada a essência do filme, a substância da sua narrativa, o seu "porquê". A diferença dos seus cartazes para os cartazes russos é que enquanto eles traduzem a semântica do filme para a sintaxe do cartaz, os russos traduzem a sintaxe do filme para a sintaxe do cartaz.



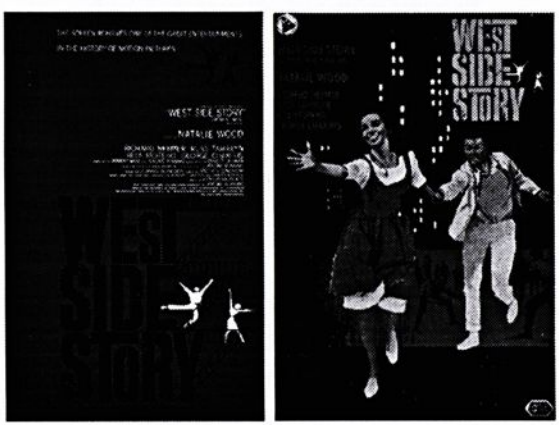
Exodus 1960
(Saul Bass)

Bass reconhece a característica narrativa descritiva do cinema americano, porém a apresenta ao receptor de uma forma inusitada e conceitual. Estes cartazes também avançam a linguagem do cartaz, fazendo com que o receptor eduque sua sensibilidade diante das formas, aprendendo a lê-las como meios de informação. Eles não utilizam uma imagem retórica, daí o fato de darem identidade ao filme. Como curiosidade, vale notar que alguns destes cartazes tinham "versões alternativas", feitas para diminuir o estranhamento e a durabilidade da percepção, o que era conseguido através da redução dos signos do cartaz original e pelo acréscimo de imagens retóricas e descritivas (veja como exemplo o cartaz de "West side story").

Um ponto interessante do trabalho de Bass é que sua abordagem formal é feita através de um procedimento que recupera o ato gestual praticado por Toulouse-Lautrec e Pierre Bonnard. Esta característica pode ser notada no cartaz de "Bonjour Tristesse", no qual o rosto da atriz Jean Seberg é traduzido para uma imagem que lembra antigas



The man with the golden arm 1955
(Saul Bass)



West Side Story 1961
(Saul Bass/ Anônimo)

máscaras africanas. Bass não cede à tentação de mostrar realisticamente o rosto da protagonista para gerar uma identificação fácil, pelo contrário, a apresenta de forma original e altamente expressiva, criando uma identificação não com a imagem da atriz, mas com o drama da sua personagem. Ao optar por representar o sentimento da personagem desvinculada da fisionomia da atriz, Bass acaba por revelar que o rosto do ator nada mais é que uma máscara utilizada para expressar estes sentimentos. Ao contrário do cartaz "Jezebel", no qual a fisionomia da atriz é mais importante que a personagem, aqui o sentimento da personagem se sobrepõe à atriz que lhe interpreta.

O caráter gestual também será uma das características principais dos cartazes de cinema poloneses, cujo incentivo estatal à arte do cartaz contribuirá para o desenvolvimento pleno de sua linguagem. Numa feliz fusão de um procedimento quase *naif*, inspirado na arte folclórica do país, com uma assimilação das vanguardas artísticas, surgem cartazes extremamente imaginativos, feitos em uma total liberdade



Bonjour Tristesse 1957
(Saul Bass)

criativa. O filme torna-se uma inspiração (ou uma provocação) para o produtor do cartaz, que faz a leitura que lhe convém, objetivando criar uma atração visual pura. É o cartaz voltado para o próprio umbigo.

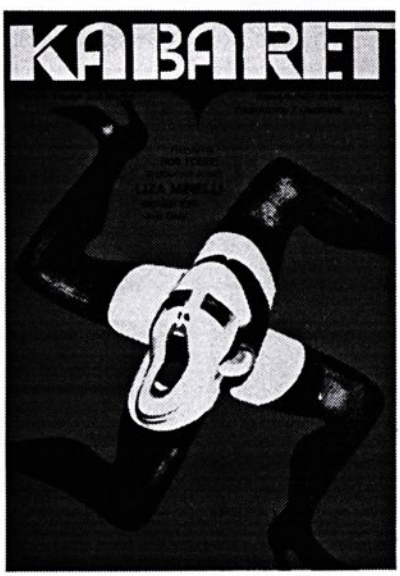
Em alguns casos, estes cartazes são elaborados para irem direto para museus, como é o caso do impressionante (ou *ex*pressionante) cartaz do filme "Danton" que foi para as galerias sem nunca ter sido utilizado na portaria de um cinema.

Diante dos cartazes poloneses, não somos impelidos a ver o filme, pois alguns chegam a ter pouca relação com o mesmo, sendo somente "inspirados" no filme. Porém, somos chamados a um delicioso jogo perceptivo, que nos leva a ver o filme de uma outra forma. Criam-se associações antes impensadas, que tornam-se ainda mais interessantes *depois* que o filme foi visto, invertendo-se inclusive a função do cartaz de cinema. Neste processo, o receptor reconstrói e reconsidera o filme para níveis antes impensados.

No cartaz do filme "Kabaret" (Cabaré), a suástica nazista (o filme se passa



Danton 1993
(Wieslaw Walkuski)

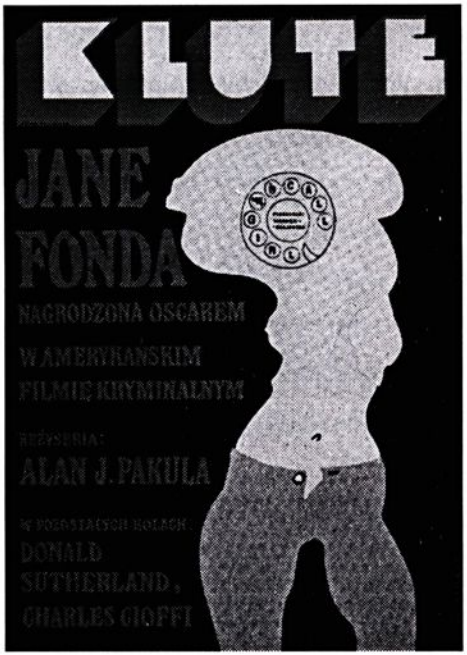


Kabaret 1973
(Wiktor Gorka)

unesp

na Alemanha de Hitler) se converte em movimentadas pernas femininas (as dançarinas do cabaré). Semelhante a este cartaz, é o do filme "Klute". Neste, um telefone se funde à silhueta de uma mulher se despindo (o filme é sobre uma *call-girl*). Em ambos, são representados alguns signos que estão presentes no filme, seja na forma simbólica (suástica) ou icônica (telefone). Porém, estes cartazes parecem nos dizer que estes signos podem ser passivos de uma releitura a partir do momento em que são associados ao filme (ou aos personagens deste). Assim, suástica se transforma em pernas de dançarinas e telefone em garota de programa.

Neste bem humorado jogo perceptivo, inclusive códigos egressos de outros meios são utilizados, como no cartaz "Dajcie Sensacje na Pierwsza Strone", no qual o texto das manchetes da primeira página de um jornal - sob o qual um corpo está estendido - traz o título e os créditos dos atores do filme. Aliás, o cartaz é a própria página. No lugar do nome do jornal está o nome do ator, o título do filme é a manchete



Klute (s.d.)
(Jan Mlodozeniec)



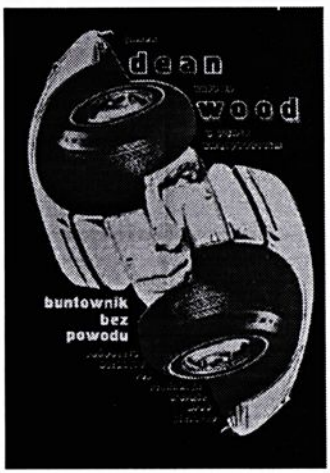
Dajcie Sensacje na Pierwsza Strone 1974
(Wiktor Gorka)

principal e as notícias secundárias são os nomes dos atores coadjuvantes. Assim é criada uma analogia entre a hierarquia do texto na primeira página de um jornal e a mesma hierarquia em um cartaz de cinema (o nome do astro antes do título, o título em destaque e resto do elenco/ equipe técnica em corpos tipográficos menores).

Nestes cartazes, a técnica e os códigos estéticos estão a serviço das idéias puras, livres de ideologias. A fotomontagem é utilizada no cartaz do filme "Buntownik bez powodu" (Juventude transviada) para criar uma imagem inusitada, cujo interesse reside em si mesma (o rosto de James Dean formado pelos paralamas de um automóvel).

No cartaz do filme musical "Oklahoma" é utilizado o estilo caricatural dos desenhos animados. Aqui, a letra "O" do título é a boca de um estilizado cowboy cantante.

A inventividade que ocorreu nos cartazes poloneses pode ser observada em alguns cartazes feitos no Brasil para os filmes do movimento Cinema Novo, principalmente nos que foram feitos para divulgar os filmes



Buntownik bez powodu 1970
(Ryszard Kiwerski)



Oklahoma (1964)
(Witold Janowski)

de Glauber Rocha como "Barravento", "Deus e o Diabo na Terra do Sol", "Terra em Transe" e "Di". Vistos em conjunto, é curioso notar como estes cartazes (embora sejam de autores diferentes) podem ser encarados, por suas diversas formas de procedimento, como um indício da própria trajetória criativa do cineasta.

Assim, o aspecto primitivo da estética xilográfica vista no cartaz de "Barravento" (primeiro filme do cineasta) pode ser associado aos primeiros passos de um diretor iniciante. O rigor formal-alegórico do cartaz de "Deus e o Diabo..." pode ser associado ao domínio técnico atingido pelo diretor neste filme. Já no cartaz de "Terra em Transe" percebe-se um procedimento ao mesmo tempo formal e gestual, que se assemelha à estética do filme, que conjuga domínio técnico e inventividade. Por fim, o estilo dadaísta do cartaz de "Di" (um dos últimos filmes de Glauber) condiz com a estética experimental e iconoclasta que caracteriza o filme. Estes cartazes, como leituras dos filmes que promovem, enredam o receptor em uma trama altamente

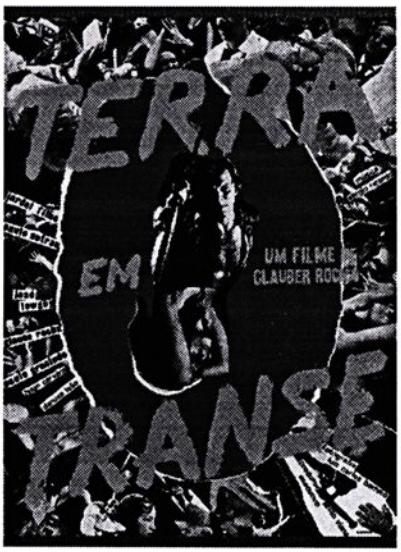


Barravento (1962)
(anônimo)

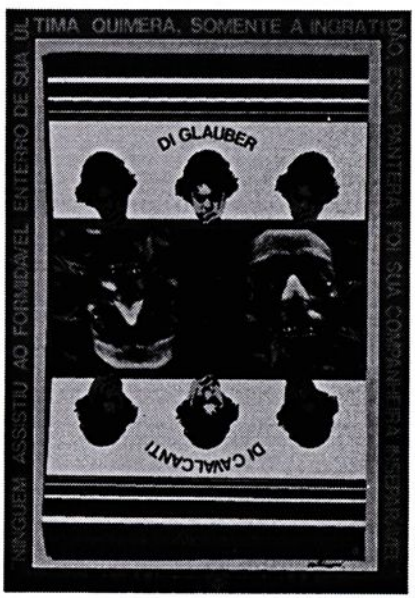


Deus e o diabo na terra do sol (1964)
(Rogério Duarte)

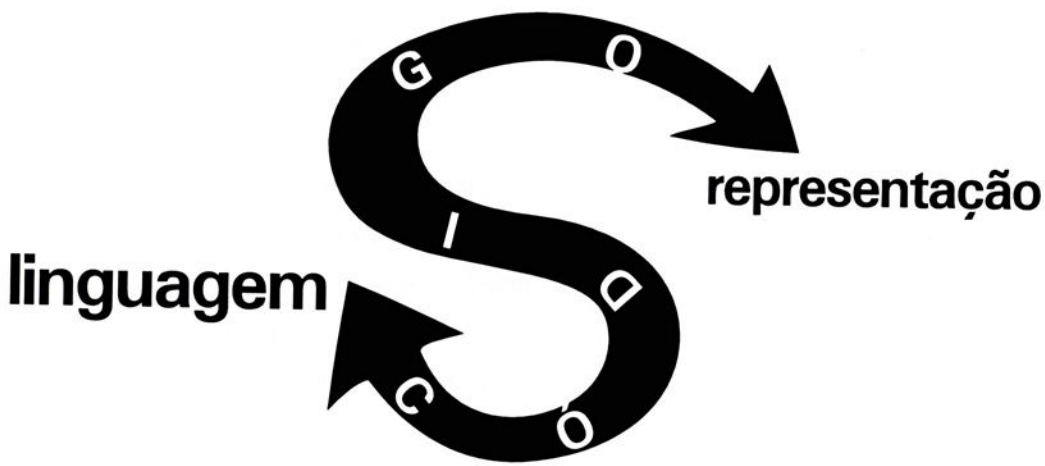
desautomatizante e metalingüística, pois trabalham simultaneamente a linguagem do cartaz, a linguagem do cinema e o próprio processo criativo do autor do filme.



Terra em Transe (1967)



Di (meados de 1980)
(Catinari)


representação
linguagem
SIGNO
SIGNO

O meio é a mensagem

Depois que Marshall McLuhan deu autonomia aos meios de comunicação, tirando-os da estratificada posição de suporte para reconhecê-los como corpos dotados de códigos próprios e, portanto, suscetíveis de produzirem mensagens, tornou-se displicente fazer um estudo de linguagem sem levar em conta esses códigos, reconhecendo, inclusive, a relação do meio com a tecnologia que o torna possível e com outras tecnologias.

Um estudo centralizado somente na mensagem do conteúdo revelará uma faceta do objeto, podendo resultar num trabalho incompleto, para não dizer equivocado. Nas palavras de McLuhan, o conteúdo é a "bola de carne" que o assaltante leva para distrair o cão da nossa mente, ou seja, o conteúdo é o elemento de sedução que nos absorve, impedindo-nos de reconhecer a natureza do meio. Não é o conteúdo que determina um modo de comunicação, e sim os códigos do meio que lhe serve de suporte. Justamente por não ser determinante, o conteúdo assume diversas configurações, ou seja, o conteúdo de um meio será sempre outro meio. Por isso, o estudo focado somente nesta mensagem é pequeno e pouco revelador se comparado a um estudo que leva em consideração "o meio enquanto mensagem" que "suporta" este conteúdo. Seria como levar em consideração somente *o que* é dito, esquecendo-se de *como* é dito e de como a natureza deste veículo é determinante na recepção da mensagem. Afinal, "toda forma de transporte não apenas conduz, mas traduz e transforma o transmissor, o receptor e a mensagem"[21].

Dentro desta premissa, McLuhan nos convida a analisar os meios de uma forma mais global, levando em conta principalmente os efeitos que cada um deles produz em nossos sentidos e em nossas estruturas de percepção, como também sua relação com a tecnologia que o torna possível e com os códigos egressos de outros meios. A busca pelos efeitos produzidos na informação tem uma abordagem mais ampla do que a busca pelo significado/ sentido da informação, pois "o efeito envolve a situação total e não apenas um plano do movimento da

[21] McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem.* São Paulo: Cultrix, 1974, p. 108.

unesp

informação"[22].

Para instrumentalizar melhor esta teoria, é proposta uma polêmica classificação dos meios, de acordo com o grau de envolvimento que eles provocam na nossa percepção. Sendo assim, os meios podem ser "quentes" ou "frios". O meio quente prolonga um único órgão sensório em alta definição, ou seja, com grande quantidade de informação, de elevada redundância, com dados sensoriais praticamente completos, deixando pouco espaço para a participação do receptor. Exemplos de meio quente são a fotografia e o cinema. Já o meio frio prolonga mais de um órgão sensório em baixa definição. É um meio de pouca redundância, que exige uma participação maior do receptor, que atua preenchendo perceptualmente os dados que faltam. A caricatura é um exemplo desta categoria, pois oferece informação de forma simplificada, precisando da participação do receptor para completá-la na percepção.

Entretanto, esta classificação não é fixa. Um meio quente pode tanto esfriar como superaquecer, ou seja, pode tanto reverter como saturar sua capacidade de envolvimento - valendo o mesmo para o meio frio, que pode ser aquecido ou superesfriado. Assim, a televisão, um meio originalmente frio, pode esfriar ainda mais quando transmite um evento ao vivo, ou pode ser aquecida ao transmitir uma telenovela de estética cinematográfica. Um filme de Eisenstein é frio se comparado a um típico filme hollywoodiano, pois a montagem dialética do diretor russo pede um envolvimento maior que a montagem redundante e linear dos filmes norte-americanos, assim como uma fotomontagem é fria se comparada a um retrato.

Também podemos dizer que a tipografia esquentava o cartaz, enquanto que a invenção da litografia contribuiu para esfriá-lo. Neste caso, vemos um exemplo de como estas reversões e saturações são determinadas, na maioria das vezes, pela relação do meio com outras mídias ou invenções tecnológicas. Esta relação, chamada por McLuhan de "hibridização", é um dos fatores constituintes da elaboração e dinâmica de uma linguagem.

[22] IDEM, Ibdem, p. 42.

unesp

O cinema, frente ao advento da televisão que lhe reduziu o público, num primeiro momento contra-atacou com um explicitamento de sua linguagem, ampliando a utilização do plano geral com a invenção da tela larga (o Cinemascope). Porém, em pouco tempo, os códigos da linguagem da televisão migraram para o cinema, como o uso freqüente do primeiro plano e do zoom, bem como a câmera na mão (utilizada nos noticiários de tv), que iria ser incorporada pelos filmes da *nouvelle vague*.

Toulouse Lautrec fez avançar a linguagem do cartaz, fundindo códigos vindos da fotografia, da pintura impressionista, da litografia, da caricatura e da publicidade. Como foi mostrado no capítulo anterior, os vanguardistas russos, ao produzirem cartazes de cinema, levaram códigos da linguagem cinematográfica para o cartaz. Nessa migração de códigos, abre-se espaço não só para a evolução da linguagem, como também para o novo.

Saul Bass, ao transportar os cartazes que criava para as aberturas dos filmes, criou a vinheta temática que viria a ser mais recorrente na televisão que no cinema. A televisão, ao criar programas nos quais os telespectadores participavam ao vivo, pelo telefone, não estava somente ampliando a participação do receptor neste meio, mas estava na verdade preparando este receptor para outro meio, a Internet, que propiciaria uma relação ainda mais interativa com um monitor eletrônico.

A hibridização é um momento rico para a percepção e, conseqüentemente, para o conhecimento, pois propicia a revelação dos códigos das linguagens, que na maioria das vezes não são percebidos, visto que são ocultos pelo significado da mensagem.

Nos primeiros cartazes tipográficos já era possível notar uma conscientização do caráter icônico do texto impresso, pois o texto, ao ser utilizado no cartaz para "chamar" o transeunte nas ruas, precisou recuperar seu caráter acústico. Este processo foi acelerado com a invenção da litografia, técnica que propiciou o uso do texto manuscrito no cartaz, o que contribuiu para revelar/ explicitar a palavra impressa como imagem que guarda um som. Vale citar mais

unesp

uma vez o professor canadense: "O híbrido, ou encontro de dois meios, constitui um momento de verdade e revelação, do qual nasce a forma nova. Isto porque o paralelo de dois meios nos mantém nas fronteiras entre formas que nos despertam da narcose narcísica. O momento do encontro dos meios é um momento de liberdade e libertação do entorpecimento e do transe que eles impõem aos nossos sentidos"[23].

Os exemplos acima revelam a interligação dos meios, que são na verdade espaços de mediação (e tradução) entre um emissor e um receptor, entre uma tecnologia e outra tecnologia, enfim, entre uma forma de conhecimento e outra forma de conhecimento. Este processamento de informações demonstra que uma nova tecnologia que surge nada mais é do que a tradução de uma tecnologia anterior, uma tradução das novas formas de percepção e uma tradução do próprio homem, já que é uma extensão do seu corpo. A tradução é, portanto, um momento de transformação e evolução daquela que é a raiz de todos os meios, nossa primeira tecnologia: a linguagem[24].

Linguagem e código

O termo "linguagem" é comumente utilizado no sentido de fazer referência a um modo particular de algo ou alguém de se comunicar. Entretanto, pouco se pensa na linguagem antes como uma forma de codificar o universo[25], como operacionalização da capacidade de pensar e representar. É nesse sentido que McLuhan e, atualmente, Derrick de Kerckhove afirmam que ela foi nossa primeira tecnologia. Porque com a linguagem (no caso, primeiramente com a linguagem falada) foram lançadas as bases para que o homem pudesse atuar sobre a realidade, processando e transmitindo informação[26]. Assim sendo, pode-se afirmar que o desenvolvimento da linguagem está intrinsecamente relacionado ao

[23] IDEM, Ibdem, p. 75.
[24] "A linguagem foi a nossa primeira tecnologia". KERCKHOVE, Derrick de. *A pele da cultura.* Lisboa: Relógio d'Água, 1997, p. 255.
[25] FERRARA, Lucrécia D'Alessio. *Leitura sem palavras.* São Paulo: Ática, 1986, p. 07.
[26] "O processamento da informação começa com a linguagem falada. A linguagem ainda é o mais poderoso código disponível e vai permanecer como o principal pelo menos no futuro previsível".KERCKHOVE, Derrick de. op. cit., p. 255.
[27] "A linguagem cresce conosco e ajuda-nos a formar os pensamentos que nos permitem perceber a realidade e sobreviver-lhe. Quanto menlhor aprendermos a controlar a linguagem melhor estaremos equipados para reconhecer, compreender e viver nos ambientes que constituem a realidade. É essa a substância da inteligência humana. Tudo o que afete o desenvolvimento e crescimento da linguagem afeta também o crescimento e desenvolvimento da inteligência. A evolução da inteligência humana acompanha a evolução não apenas da linguagem mas ainda das tecnologias que suportam e processam a linguagem". IDEM, Ibdem, p. 255 - 256.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

desenvolvimento da inteligência humana, e vice-versa.

Portanto, se o que é apreendido pelo homem é codificado pela e na linguagem, o ato de decodificar significa desvelar os procedimentos desta apreensão, ou seja, significa identificar os modos de utilização da linguagem. Em um outro nível, podemos dizer que decodificar é trazer à mostra o signo e a sintaxe que caracterizam o código de uma determinada linguagem. A capacidade do homem de apreender o universo nunca é total, é sempre parcial, por isso mesmo que à sua inteligência sempre há algo a somar-se. A essa capacidade limitada, porém fértil, de apreensão chamaremos de representação[28], que encontrará no signo sua explicitação e na semiotização ou semiótica (estudo lógico da linguagem) sua possibilidade de interpretação.

A semiotização enfrentará a linguagem como um sistema de representação, constituído do signo, que é aquilo que representa (o *representamen*) o elemento apreendido; o objeto, que é o próprio elemento apreendido e o interpretante, que é "a relação que o intérprete estabelece entre o objeto e o modo como o signo representa esse objeto"[29] ou melhor dizendo, "o interpretante não é um simples signo, mas um signo melhor elaborado, um supersigno que reorganiza e inventa o repertório a partir da experiência de atribuição do significado"[30]. Será justamente esta noção que nos possibilitará atuar como leitores do cartaz de cinema.

Linguagem e representação

A representação é regulada pela experiência e pela percepção. No campo da experiência encontram-se nossas idéias já apreendidas, enquanto que pela percepção se encontra nossa capacidade de adquirir informação. Concomitantemente à atuação da experiência e da percepção está o controle do raciocínio e a associação de idéias. "Raciocínio e experiência, de um lado, e associação e percepção, de outro, são faces

[28] Nas palavras de Charles Sanders Peirce representar é: "estar no lugar de, ou seja, estar em relação tal com outro que, para certos propósitos algum espírito o tratará como se fosse aquele outro. (...) Quando se deseja distinguir entre aquilo que representa e o ato ou relação de representar, podemos dar ao primeiro o nome de 'Representamen' e ao último o de 'Representação'". PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica e Filosofia.* São Paulo: Cultrix, 1972, p. 114.

[29] FERRARA, Lucrécia D'Aléssio. op. cit., p. 67.

[30] FERRARA, Lucrécia D'Aléssio. *A estratégia dos signos.* São Paulo: Perspectiva, 1981, p. 57.

unesp

da mesma folha e constituem elementos fundamentais da linguagem, enquanto representação"[31], ou seja, diante de uma realidade, a experiência nos dá base para a inferência[32], enquanto que a percepção nos possibilita apreender o novo, adquirir informação. Para que esta apreensão ocorra, se faz necessário resgatar o que já conhecemos, e colocar esta experiência frente ao novo, pois este não pode ser compreendido a partir do nada. E é graças a esta aplicação da experiência frente à percepção que nos é possibilitado raciocinar e associar, isto é, produzir a informação. A informação é um fruto da associação[33].

As associações podem ser por contigüidade ou similaridade. A associação por contigüidade é aquela que aproxima idéias, motivada, na maior parte das vezes, pela experiência. Assim, ao vermos um cartaz de cinema repleto de notas musicais e casais bailando, saberemos que o mesmo está representando um filme musical, pois os signos apresentados já estão arraigados em nossa experiência como uma referência ao gênero do filme. O já citado cartaz do filme "Jezebel", ao apresentar um primeiro plano do rosto de Bette Davis, leva o público a pensar que este é mais um filme feito para que ela demonstre seus dotes interpretativos. Esta associação é feita pela experiência que temos de outros filmes da atriz. Assim, fazemos a seguinte relação: Bette Davis = atriz de qualidade = filme de qualidade. Aliás, como foi visto, esta associação é amplamente utilizada nos cartazes dos filmes hollywoodianos.

Já a associação por similaridade é mais complexa, porque opera pela analogia, ou seja, associamos uma idéia à outra pela semelhança que elas têm. Esta semelhança é produzida pela própria associação e não o contrário[34]. Por isso, a associação por similaridade é mais criativa e mais fecunda no que diz respeito à produção de idéias. Como exemplo, podemos relembrar o já citado cartaz do filme russo "Chelovek s Kino Apparatom" (O homem com a câmera), no

[31] FERRARA, Lucrécia D'Aléssio. *Olhar Periférico.* São Paulo: Edusp/ Fapesp, 1993, p. 172.
[32] A inferência "é um conhecimento ao qual chegamos a partir da experiência e, sobretudo, com o auxílio da observação e comparação entre elementos que atraem nossa atenção". FERRARA, Lucrécia D'Aléssio. *Leitura sem palavras.* p. 67. Para Peirce, inferir é o que nos permite "associar o que, nunca, antes, pensáramos associar". PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica.* São Paulo: Perspectiva, 1977.
[33] "O ato ou relação de representação envolve aquela capacidade inata no homem de produzir informação, isto é, extrair uma idéia de outra, cujo nome é inferência". CARAMELLA, Elaine. *História da Arte - fundamentos semióticos.* Bauru, SP: Edusc, 1998, p. 69.
[34] FERRARA, Lucrécia. *Olhar Periférico.* p. 172.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

qual são feitas várias associações por similaridade: olho/ lente da câmera, pernas/ tripé, câmera/ metralhadora. Neste caso, vemos que a associação é feita buscando uma ligação não lógico-linear, mas estrutural, entre os elementos que apresenta. Comparando os dois cartazes, verificamos que o segundo é mais rico, porque é desautomatizante, nos propõe uma associação inusitada, porém, altamente pertinente, a ponto de nos propor uma reflexão. Portanto, a informação nova ou signo novo surge quando predomina a similaridade[35]. O cartaz de "Jezebel" propõe uma percepção rápida e imediata em termos de comunicação, porque é redundante e óbvio. Já o cartaz do filme russo propõe uma percepção mais fértil e por isso mesmo, mais lenta e durável (porque é mais dispendiosa para o nosso sistema nervoso), o que torna a comunicação menos imediata.

A classificação dos signos

Como já foi dito, o signo é aquilo que representa ou está no lugar de alguma coisa (o objeto), no entanto, sem ser idêntico ou mesmo ter por completo todas as qualidades deste objeto. Para compreender a que grau se efetua essa relação do signo com o objeto, é que Charles Sanders Peirce propôs três categorias interdependentes que classificam o signo de acordo com o grau de envolvimento que mantém com o objeto que representa. Assim, um signo pode ser icônico, indicial ou simbólico. Esta classificação corresponde à classe triádica, também proposta por Peirce, para "entender logicamente e classificar as inferências decorrentes das experiências cotidianas"[36], conhecidas como experiências de primeiridade, secundidade e terceiridade.

A experiência de primeiridade é uma mera qualidade de sensação que ocorre na presentidade; é livre, sem um antes e um depois; é um poder ser, uma inferência hipotética, abdutiva, por isso mesmo é incerta, e geradora de questões. A secundidade é uma experiência que provoca um conflito, uma crise, portanto, é dualística, põe um conhecimento arraigado em choque com o novo, aliás, é a própria reação a este choque, por isso mesmo é indutiva. Já a

[35] "Informação nova (...) implica desautomatizar a percepção, isto é, romper com o hábito de raciocinar de uma mesma maneira". CARAMELLA, Elaine. op. cit., p. 79.
[36] FERRARA, Lucrécia D'Aléssio. *Leitura sem palavras.* p. 10.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

terceiridade é a experiência que busca a representação, a legitimação, pois propõe o fim da crise surgida na secundidade. É uma experiência dedutiva, portanto.

Assim sendo, o ícone, o índice e o símbolo se correlacionam respectivamente às experiências de primeiridade, secundidade e terceiridade. "O ícone é sempre o signo de uma qualidade do objeto, e sua representação é sempre possível e não necessária, porém única, intransitiva e intraduzível; um índice é realmente afetado pelo objeto que representa e tem, portanto, com ele uma relação direta; o símbolo liga-se ao objeto que representa com a força de uma convenção, de uma lei, uma associação de idéias obrigatórias"[37].

A leitura do cartaz de cinema

Neste trabalho, pretendemos entender e analisar o cartaz como signo. Entretanto, devido à complexidade que cerca este meio, esta tarefa se mostra difícil. Afinal, em qual classificação o signo "cartaz de cinema" se enquadra? A princípio, parece fácil classificá-lo como um signo de natureza indicial, principalmente se dermos importância para sua relação com o objeto (o produto anunciado). No caso dos cartazes dos filmes hollywoodianos, esta questão se complica ainda mais, pois o caráter indicial do signo parece ser ainda mais evidente.

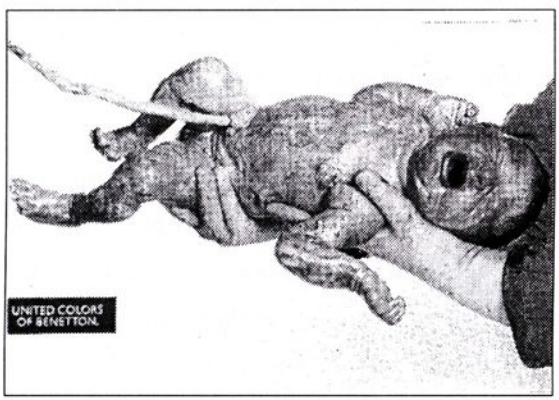
No entanto, parece que mais importante que considerar a relação com o produto que é anunciado/ divulgado, ou seja, com o emissor, é considerar a relação do cartaz com o receptor. Vale a pena citar a definição feita pelo próprio Peirce para o signo indicial: "Um índice é um signo que de repente perderia esse caráter se seu objeto fosse removido, mas não perderia esse caráter se não houvesse interpretante"[38]. Considerando o cartaz como um signo que existe para um consumidor, isto é, que tem uma função já determinada: falar (ou persuadir) a alguém, somos levados a reconhecer que sua relação com o interpretante é fundamental. Assim, o signo cartaz se encontra melhor atribuído na categoria de signo icônico-utilitário, sendo o seu objeto a própria função que desempenha, e o seu interpretante entendido como

[37] IDEM, Ibdem. p. 11.
[38] PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica*. p. 74.

unesp

usuário[39].

O grau icônico se mostra mais adequado à natureza do cartaz. Principalmente se levarmos em conta os trabalhos de Chèret, Lautrec, Saul Bass, dos vanguardistas russos e dos poloneses. Os trabalhos de Oliviero Toscani para a Benetton nada mais são do que um reconhecimento da iconicidade tanto do cartaz como da própria publicidade, visto que excluem definitivamente o produto e apresentam fotografias que são impactantes por si só. Entretanto, a obra de Toscani também serve para ilustrar que o usuário interpretante é que se encarrega de situar o signo cartaz como um signo que transita entre a primeiridade (o choque diante da imagem) e a secundidade (a associação da imagem à marca Benetton, propiciada pelo logotipo que é apresentado no rodapé do cartaz).



Outono/ Inverno 91-92 1991
(Oliviero Toscani)

Situado também entre função persuasiva e a função estética (a organização de sua linguagem), o cartaz enquanto um signo icônico-utilitário se mostra como um

[39] "Um dos elementos fundamentais para a conceituação do signo icônico-utilitário é a definição de objeto, de um lado, e de interpretante de outro e como conseqüência. Assim sendo, para o signo icônico-utilitário, o objeto é a matriz da semiotização. O objeto do signo icônico-utilitário é sua função determinada *a priori* e em decorrência do objetivo a ser atingido pelo próprio signo. (...) Para o signo utilitário, a função é o objeto imediato e se identifica com a própria qualidade, com a própria iconicidade do signo, logo, trata-se de uma manifestação icônica da função (...) O intérprete é o usuário e o interpretante é a ação provocada pelo signo e executada pelo intérprete ou usuário. Basicamente, o interpretante do signo utilitário é uma ação, isto é, o uso". FERRARA, Lucrécia D' Aléssio. *A estratégia dos signos.* p. 67-68.

unesp

signo complexo, ora atendendo mais uma função em detrimento da outra[40]. Os citados cartazes da Benetton, assim como os cartazes de Chèret e Lautrec, são praticamente antifuncionais, devido a alta iconicidade que possuem. No entanto, fizeram avançar a linguagem do meio. Por isso mesmo, hoje dependuramos "Aristide Bruant" em nossas salas, negligenciando totalmente a sua função original, ou seja, estes cartazes adquiriram vida própria, são considerados "obras de arte". Por isso que o ato da leitura destes cartazes nos possibilitará apresentar a linguagem em processamento. Embora sejam produtos publicitários, eles buscam a originalidade, o estranhamento, tiram-nos do automatismo e nos propõe uma nova percepção.

No caso do cartaz de cinema, o ato da leitura irá resgatar a própria leitura que o produtor do cartaz faz do filme. Sendo assim, será uma ação interpretante (metalingüística e mais complexa) sobre uma outra ação interpretante (também metalingüística e complexa). Ambas são relativas, incompletas. Um filme pode ter vários cartazes, e esses cartazes podem propiciar as mais variadas leituras. Entretanto, esta relatividade e esta incompletude não desmerecem o ato da leitura. Pelo contrário, servem para demonstrar a linguagem como um organismo vivo, em um constante e irreversível aumento de complexidade, ou seja, em uma constante evolução.

[40] IDEM, Ibdem. p. 71

unesp

quatro



leituras

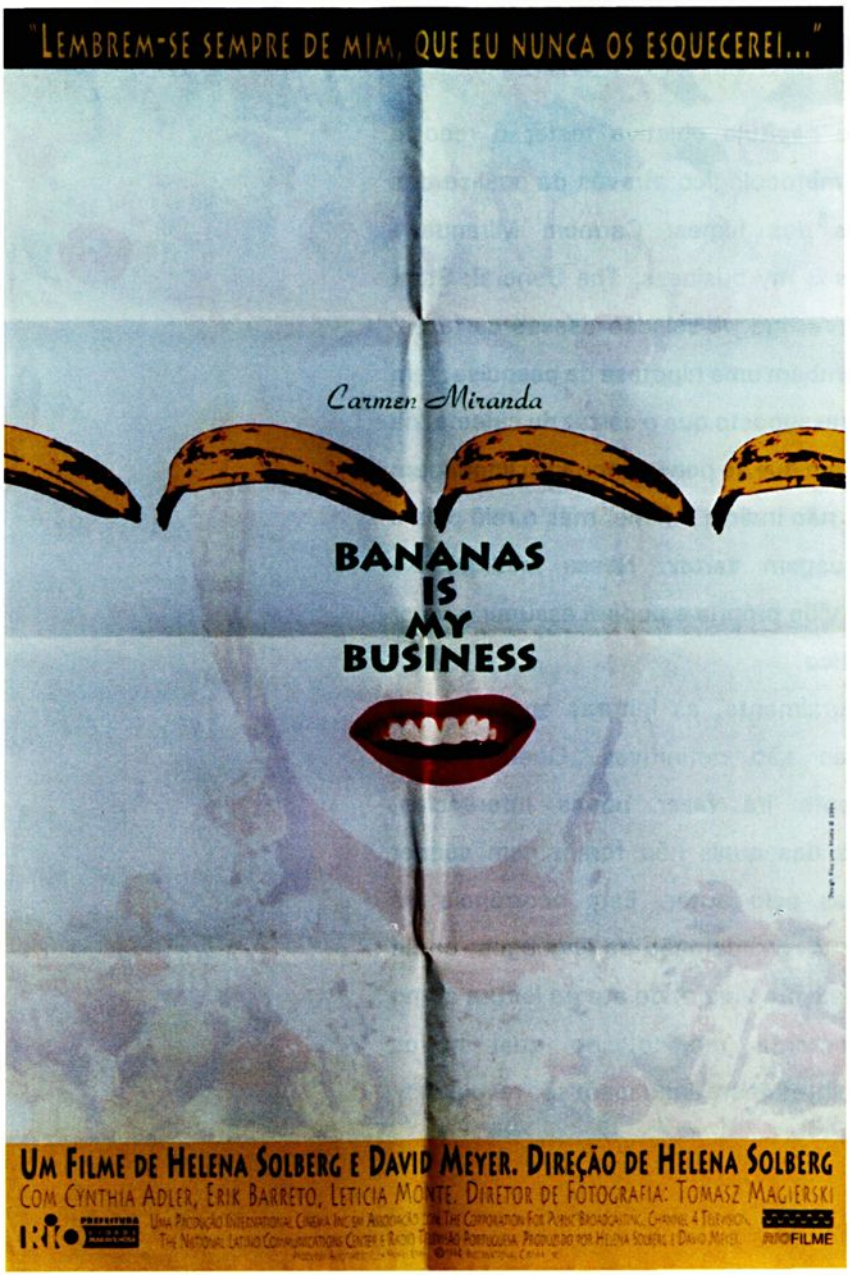
cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

Introdução

Este capítulo objetiva testar o recorte teórico-metodológico através da análise dos cartazes dos filmes: Carmem Miranda - bananas *is* my business; The General; Saint Joan e Vertigo. A seleção desses cartazes, que é também uma hipótese da pesquisa, tem como pressuposto que o cartaz de cinema, na medida em que se pensa enquanto linguagem própria, não indicia o filme, mas o relê pela e na linguagem cartaz. Nessa medida, ele adquire vida própria e poderá assumir o valor de artístico.

Naturalmente, as leituras apresentadas aqui não são definitivas. Quem as ler certamente irá fazer novas inferências, algumas das quais não foram nem sequer cogitadas pelo autor. Esta ocorrência irá reforçar a consideração da linguagem como um organismo vivo e, do ato da leitura como um momento mágico, no qual novos constituintes desta linguagem são revelados.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17



Carmen Miranda - bananas is my business 1994
(Rico Lins)

CARMEN MIRANDA: BANANAS *IS* MY BUSINESS

Um filme documentário tem o propósito de fazer um levantamento, estudo ou defesa sobre um determinado assunto que tenha origem em uma realidade, podendo ser um acontecimento ou a vida de uma personalidade. Por essa ligação estreita com o "real", geralmente um documentário se utiliza de materiais como fotografias, imagens filmadas, cartas, certidões e principalmente depoimentos para reforçar a veracidade do que é apresentado.

O filme "Carmen Miranda: Bananas *is* my Business" é um documentário, e como tal, não abre mão destes materiais. O filme se utiliza de fotos de família, cartas íntimas, filmes caseiros e depoimentos de amigos e parentes para apresentar (ou revelar) ao espectador aspectos da vida e da personalidade de Carmen Miranda. Em contraponto, são apresentadas cenas fictícias e cenas de filmes e shows de televisão que contaram com a presença da atriz. Nas cenas fictícias, uma atriz representa Carmen na juventude e um transformista representa Carmen depois da fama. Este sósia aparece em uma cena que reconstitui a morte de Carmen (apresentada no prólogo e no epílogo) e também em alguns momentos puramente fantasiosos, surgidos dos sonhos da diretora (também narradora) do filme. Nestas cenas, Carmen ressuscita dos mortos em uma vitrine e parte em busca de suas origens, indo para sua cidade natal. Este é, aliás, o ponto de partida do filme, que revela a busca pessoal da diretora de descobrir "pontos obscuros" da vida de Carmen Miranda. Partindo deste ponto, o documentário assume um tom hagiográfico, apresentando a retratada como uma incompreendida, vítima do próprio sucesso.

Maria do Carmo Miranda da Cunha nasceu em Portugal e foi criada no Brasil. Desde cedo, demonstrou talento para o canto, tornando-se ainda jovem uma cantora de sucesso no rádio brasileiro. A bela voz aliada ao carisma e a um modo extravagante de vestir foram fundamentais para que Carmen fosse descoberta por produtores norte-americanos. Era o início dos anos 40, o

unesp

mundo estava em guerra, e os Estados Unidos procuravam estreitar suas relações com os países latinos, temendo uma aliança destes com Hitler e Mussolini. Maria do Carmo, já conhecida como Carmen Miranda, foi para os EUA e tornou-se um estrondoso sucesso representando a América Latina nos filmes de Hollywood. No entanto, o excesso de exposição, a infelicidade nos relacionamentos amorosos e a vida agitada fizeram de Carmen uma figura triste e deprimida em sua intimidade. Morreu aos 46 anos em 1955, quando já caminhava para o ostracismo.

Todos os depoimentos apresentados no filme são para confirmar o talento da representada ou para reforçar sua posição de vítima. Seu algoz é ora apresentado como a indústria de cinema norte-americano (Hollywood), ora como a ideologia política do momento (período da 2ª Guerra), ora como a imprensa brasileira, que desprezava sua figura estereotipada, ora como ela mesma. O filme traz à tona estas especulações, no entanto sem se aprofundar em nenhuma delas.

O cartaz de divulgação que representa o filme é composto de vários elementos sígnicos. O fundo (ou a base) do cartaz é uma fotografia de Carmen Miranda em baixíssimo contraste. Sobre esta representação naturalista, outros signos são apresentados: uma boca com um largo sorriso, uma fileira de bananas e algumas informações verbais. Nas partes superiores e inferiores do cartaz, também se encontram signos verbais.

Começaremos a analisar o cartaz a partir do elemento que ocupa a maior parte da extensão do cartaz: a imagem (fotografia) de Carmen Miranda. O recorte utilizado nesta foto apresenta Carmen de frente, em primeiro plano, um enquadramento muito explorado pelo cinema hollywoodiano, assim como em fotografias para documentos. Mas o curioso nesta imagem é que além de estar em baixo contraste, o que quase a faz fundir com o branco do papel, ela não revela a fisionomia, com exceção da boca, que na verdade mais parece estar sobreposta do que fazendo parte da imagem. Quando uma fotografia é apresentada sem os detalhes do rosto

unesp

(principalmente os olhos), é retirada a identidade da pessoa fotografada. Não por acaso, a identidade de adolescentes infratores é preservada com a simples adição de uma tarja preta na altura dos olhos.

Ao eliminar os traços do rosto, o que resta é o turbante com frutas, os brincos e os colares. Dá a impressão de que qualquer rosto pode ocupar este espaço e se tornar Carmen Miranda. O turbante exótico, os brincos e os colares da artista são elementos tão assimilados pelo inconsciente popular quanto as orelhas do Mickey Mouse. Para identificarmos Carmen Miranda não precisamos do seu rosto, basta um turbante com frutas, parece nos dizer o cartaz. Mas o curioso é que esta imagem não é apresentada nitidamente, com todas as cores e detalhes, mas sim, esmaecida, saturada por uma luz ofuscante, o que demonstra que o cartaz não busca uma solução fácil para representar a biografada. A imagem do turbante é tão forte e tão assimilada, que basta uma tênue sombra, uma simples evocação, para construirmos rapidamente a imagem de Carmen em nossas mentes. A opção por uma representação mais discreta faz com que o cartaz tenha espaço para discutir outros pontos do filme. A imagem de Carmen Miranda é tão forte que sua representação com todas as cores "roubaria" a atenção do cartaz, ou seja, reduzindo a força desta imagem, sobra espaço para o cartaz apresentar (e discutir) outros elementos.

Mas nos parece que a opção por uma imagem saturada não é somente uma solução estética. Esta escolha surge em função de alguns elementos que são apresentados no filme. A saturação da imagem decorre do excesso de luz. A imagem saturada na linguagem fotográfica é a imagem com excesso de exposição. Os depoimentos apresentados no filme induzem que Carmen foi uma vítima do sucesso descomunal que sua personagem alcançou. A superexposição destruiu a mulher que existia por trás dela. Carmen viveu em função da personagem que criou. Mesmo quando estava triste e deprimida tinha que sorrir, porque "Carmen Miranda" era uma pessoa feliz. Em seus filmes, nunca aparecia sem o turbante e sempre representava o mesmo papel,

unesp

assexuado e esterotipado. Carmen Miranda é uma figura com características alegóricas, e como tal não podia ser descaracterizada, deveria ser única, estratificada em um modelo de apelo universal, por isso não tem sexo, cor ou religião. Ao representar a figura de Carmen em baixo contraste, o cartaz nos convida a reler este signo. A colorida Carmen Miranda, diante do excesso de luz, quase que desaparece, fundindo com o branco do papel.

Sobre essa imagem, dois elementos se destacam: uma banana, apresentada em série e uma boca em vermelho vivo, mostrando um grande sorriso. O sorriso largo, embora não tão forte quanto o turbante, é também uma das marcas de Carmen Miranda. Carmen não era só um turbante ambulante, era antes de mais nada, uma notável cantora, e suas músicas tinham por característica a alegria. Sua fantasia de baiana e sua dança eram inicialmente apenas adereços para sua voz. Visualmente, a boca é o principal elemento de atração do cartaz, favorecido pelo tom do vermelho e pela posição central em que se encontra. Não é representada naturalmente. O contorno perfeito e o vermelho chapado tornam a boca estilizada, e por isso mesmo com qualidades icônicas. Comumente a boca é associada à sedução. Não por menos, o maior símbolo sexual do cinema, Marilyn Monroe, teve os lábios como uma de suas marcas registradas. Alguns psicanalistas associam a boca ao órgão sexual feminino, talvez daí surja a relação da boca com a sedução. O cartaz reforça essas qualidades associativas da boca, colocando-a em um vermelho vivo e em um ponto privilegiado do cartaz. O vermelho é uma cor estimulante, de imediata visualização, principalmente quando está sobre fundo branco. Com estes privilégios, a boca se torna o principal elemento visual do cartaz.

Embora a boca esteja posicionada no rosto, o seu destaque é tão grande, que não parece ser parte dele. A imagem do fundo é apenas uma referência. Ao fazer da boca o único elemento "vivo" da imagem de Carmen Miranda, o cartaz talvez nos diga que, apesar de todos os desgastes (saturação) sofridos pela personagem, sua capacidade de sedução permanece intacta. Isto é algo evidente no

unesp

filme, quando vemos a própria diretora exprimir explicitamente o fascínio que a figura de Carmen exerce sobre sua pessoa. Quando ela "ressuscita" Carmen na vitrine da loja, é a figura dos turbantes e da fantasia exótica que vemos.

Até aqui o cartaz nos apresenta dois elementos de forte carga icônica que partem de um mesmo ponto, ou de uma mesma referência. Um desses elementos é a imagem estereotipada de Carmen Miranda, a personagem com frutas na cabeça, uma fantasia que pode ser usada por todos (não por acaso, no filme, vemos várias mulheres vestidas de Carmen Miranda no Carnaval). Mas este signo é apresentado de forma fragmentada, esmaecida, embora possível de ser identificado. Para ganhar força e não desaparecer por completo no fundo do papel, outro elemento icônico é utilizado, a boca, que aqui se associa à sedução. Se por um lado o turbante pode ser utilizado por todos para parecer com o personagem "Carmen Miranda", por outro lado, a boca sedutora só fará parte de um único rosto, o da própria Carmen. Ao dar ênfase na sedução e tirar a força da caracterização estereotipada da personagem, o cartaz nos diz que Carmen Miranda não foi apenas um turbante com frutas, mas que o carisma e a capacidade de sedução é que foram suas maiores características. Esta leitura é possibilitada porque o produtor do cartaz evita associações fáceis e óbvias, apresentando dois elementos contíguos (rosto/boca) de forma "estranha". A boca, ao ser apresentada sob o rosto, não é apenas uma parte deste que se completa, mas é também um elemento que lhe dá um novo sentido.

Um terceiro elemento é apresentado, iniciando um novo diálogo. Ainda dentro da área central, uma fileira de bananas atravessa o cartaz. O contorno preto e o amarelo forte fazem com que a imagem pareça ter sido impressa em um processo serigráfico, ou seja, simplificada para ser produzida em série. A repetição atravessa o cartaz.

A repetição da mesma banana infinitamente (já que elas parecem continuar para fora da extensão do cartaz) dá a idéia de uma esteira industrial, uma produção seriada, sem personalidade. A forma bidimensional, a

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

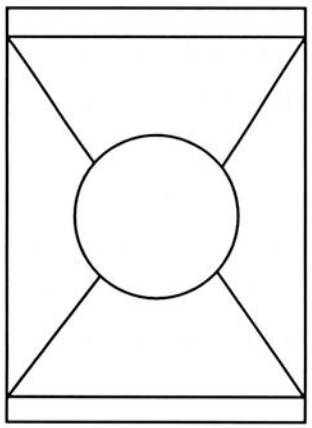
cor chapada e o desenho estilizado fazem da banana representada um elemento artificial. A banana é, antes de mais nada, uma fruta característica dos países tropicais, como o Brasil, por exemplo. Carmen Miranda, embora de origem portuguesa, é mundialmente conhecida como uma artista brasileira. Escolhida para representar o Brasil em Hollywood no período da "política de boa vizinhança", Carmen incorporou as frutas tropicais em seu turbante. Destas frutas, a que obteve mais destaque foi a banana, tornando-se por sinal um dos elementos característicos de sua personagem. Em determinado momento do filme, vemos Carmen afirmar que "ganha dinheiro com bananas" ou que "bananas é o seu negócio" (este é, aliás, o subtítulo do filme). Para os norte americanos, a palavra "bananas", mais do que a denominação da fruta, é um adjetivo que se refere a um estilo alegre, folclórico, ardente, primitivo, que eles acreditam ser próprio dos países latinos americanos. Naturalmente, este é um adjetivo que muito tem de preconceituoso e pejorativo. Quando Carmen diz que o seu "negócio é bananas", está dizendo que ganha a vida vendendo esta imagem, ou seja, sendo um personagem estereotipado, alegórico. Quando o cartaz apresenta a fileira de bananas está criando uma metáfora para o termo "bananas", que ultrapassa a simples significação da fruta.

A banana já foi representada em um dos quadros mais famosos de Andy Warhol. A banana, assim como Marilyn Monroe e a lata de sopa Campbell's, é produto da massa. E esta significação proposta por Warhol é resgatada no cartaz. Aliás, o desenho da banana segue o mesmo estilo da pintura de Warhol.

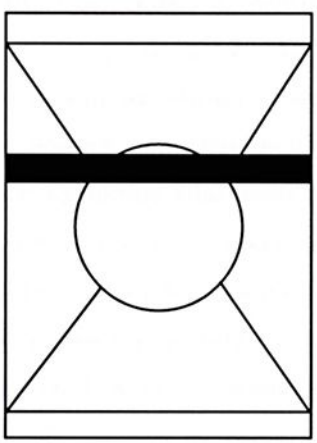
A banana de Andy Warhol, assim como o turbante de Carmen Miranda e a boca sedutora, é um arquétipo visual assimilado pela cultura de massa. Cada qual traz consigo fortes referências: a banana representa o produto popular, o turbante representa a "alegoria Carmen Miranda", e a boca geralmente é utilizada como um representante do fascínio, da sedução. No cartaz, estes elementos são associados de tal forma que suas referências e significações são acentuadas e minimizadas. Ao



apresentar a imagem de Carmen saturada pelo brilho, muito da força visual, e portanto, representacional dela é diminuída. Ela não é descaracterizada, mas sim, mal colocando, "desvalorizada", de modo que produz estranhamento. Por outro lado, a boca sedutora é apresentada em um ponto privilegiado do cartaz, sendo o principal elemento de atração do cartaz, embora, curiosamente, não seja o mais marcante. Podemos dizer que após ver este cartaz, serão as bananas o elemento de que primeiramente nos lembraremos. Isto é conseguido graças à quantidade, à qualidade e ao posicionamento em que este elemento se encontra. A banana é apresentada de forma simplificada, em um amarelo puro, chapado. As qualidades mnemônicas do amarelo já são comprovadas. A fileira de bananas invade o cartaz, contrastando com o fundo geometricamente construído (ver esquema). Disso podemos concluir que a imagem de Carmen no fundo é apenas um índice, para sabermos de onde vem aquele sorriso. Parece que o cartaz quer nos dizer que Carmen (figura saturada) é uma figura



Esquema de construção do cartaz
(ordem/ equilíbrio/ simetria)



O mesmo esquema após a inserção das
bananas (desequilíbrio/ incômodo)

carismática, sedutora (boca), mas que é importante não esquecermos que esta figura é também um produto de consumo, de massa, popular (bananas). E isso é evidente no filme. Carmen Miranda nos seduz e nos envergonha ao mesmo tempo. Seduz com o seu carisma e envergonha por ter se permitido ser uma representação estereotipada do povo latino americano. Mas o seu sucesso e o seu carisma se alimentaram deste estereótipo.

É interessante notarmos como o cartaz assume uma posição de coerência com a biografada. Como o filme é um documentário biográfico, o cartaz não procura revelar pontos de uma história ou de uma narrativa, mas sim propõe uma nova maneira de olhar uma personalidade, de uma forma mais crítica que o próprio filme.

Os outros elementos que fazem parte do cartaz são signos que trazem informações verbais do filme, embora tenham também uma forte carga de informação visual. Os mais importantes destes elementos são o título e o subtítulo do filme, neste caso: "Carmen Miranda Bananas *is* my business". O título é apresentado discretamente, antes da fileira de bananas. Sua apresentação é quase desnecessária, já que reconhecemos com facilidade a imagem de Carmen. Carmen Miranda é uma figura tão conhecida que não precisa de legenda. O uso do título aqui é estritamente formal, daí sua discrição. Ele é apresentado em letras finas e pequenas, em uma área que embora seja central, não se sobressai em relação aos demais elementos. Já o subtítulo é apresentado com todas as forças. Sua localização na área central do cartaz, entre a fileira de bananas e a boca, faz com que seja facilmente visualizado. O desenho de suas letras em maiúscula lhe dá rigidez e importância, ao contrário do título, que é apresentado em um estilo quase cursivo, apenas com as iniciais em maiúsculas, portanto um estilo mais comum, cotidiano.

O título e o subtítulo estão em cor verde. A palavra "is" está em azul, destoando discretamente do restante, revelando a conjugação incorreta do verbo em inglês (o correto seria "are", porque "bananas" é plural). As cores verde e azul destes signos

unesp

verbais, ao serem apresentadas próximas das bananas em amarelo, criam uma forte referência à bandeira do Brasil, país que Carmen representou nos Estados Unidos. O amarelo da banana "pop" passa a ser o amarelo da bandeira brasileira.

O subtítulo é apresentado dentro do rosto de Carmen, substituindo seus olhos e nariz. Ao apresentar a frase "Bananas is my business" estampada na cara de Carmen, o cartaz dá força à esta afirmação, que partiu da boca da própria artista, como é apresentado no filme. O cartaz nos diz através de elementos puramente visuais (bananas, boca, título) como a brasileira Carmen era um produto estereotipado, de consumo imediato e ao mesmo tempo, uma figura incrivelmente carismática. E com a colocação de sua afirmação (verbal) no centro do cartaz e no centro de seu rosto, o cartaz nos diz que Carmen tinha consciência disso. A frase "Bananas *is* my ..." foi dita por Carmen Miranda mais de uma vez, como vemos no filme. Em uma cena, ela pede para não nos esquecermos de que "*bananas* era o seu negócio". Carmen Miranda é uma personagem inesquecível, carismática, sedutora, mas *antes de mais nada*, é um produto de consumo. Assim, o cartaz se mostra perfeitamente coerente com a afirmação da personagem biografada no filme.

Na parte inferior do cartaz, por formalidade, são apresentados os créditos de produção do filme. Estas informações são dispostas de tal forma que não geram nenhum prejuízo aos elementos mais importantes do cartaz. Pelo contrário, reforça-os, principalmente porque são apresentadas em preto sobre um fundo amarelo, ou seja, nas cores das bananas (elemento mais importante do cartaz). E para manter o equilíbrio do cartaz, na parte superior é apresentada uma outra afirmação de Carmen Miranda, também nas cores das bananas, porém invertidas. Com isso, o cartaz reforça a imagem mais importante do cartaz, e coloca-a como a mais importante do discurso.

unesp



General 1929
(Georgii & Vladimir Stenberg)

THE GENERAL

O filme é uma produção norte-americana anterior à invenção do filme colorido e à gravação do som em película. Nesses filmes sem som, a expressão corporal e a fisionomia dos atores são de fundamental importância para o entendimento da história. A comunicação verbal só é utilizada na forma de cartões com texto escrito, que são filmados e intercalados às imagens. Mas o seu uso só se faz em casos extremos, quando o entendimento da narrativa precisa ser facilitado.

A narrativa é linear e o tom é de comédia. A história se passa em uma cidade do Sul no início da Guerra Civil norte-americana. O protagonista é Johnny Gray, um maquinista que tem na vida dois grandes amores: uma mulher, Annabelle Lee e uma locomotiva, a General (que dá título ao filme). Para impressionar Annabelle, Johnny resolve se alistar para lutar na Guerra. Mas o exército o considera mais útil como maquinista e recusa sua nomeação. Annabelle não compreende e passa a considerá-lo um covarde, impedindo-o de vê-la, exceto trajando um uniforme do exército. Triste e desapontado, Johnny volta para sua vida de maquinista. Passa-se um ano e a Guerra atinge o seu auge. Um comando de espiões inimigos furta a locomotiva de Johnny, levando entre os passageiros, sem que ele saiba, Annabelle. Johnny parte desesperadamente atrás de sua amada (a locomotiva), o que o obriga a entrar no território inimigo e a enfrentar os campos de batalha. Acidentalmente ele encontra Annabelle e consegue livrá-la das mãos inimigas. No final, participa heroicamente de uma batalha, resgatando sua locomotiva e conquistando definitivamente o amor de sua namorada.

O humor é basicamente extraído dos atributos físicos do protagonista. Johnny é uma figura franzina e ingênua que parece estar alheia ao mundo em que vive. Sua personalidade é contrastada com a dos demais personagens masculinos, que andam em grupos e desempenham papéis bem definidos (são másculos e turrões e estão apenas preocupados com a Guerra). Por outro lado, Johnny tem uma personalidade mais



dinâmica, vive na companhia de sua locomotiva e somente resolve participar da Guerra para agradar Annabelle. E quando participa da batalha, não é para defender nenhuma bandeira. Johnny entra na Guerra por acaso, desejando apenas recuperar sua locomotiva, o que torna irônica sua heroicidade no final.

O cartaz que será analisado foi criado para divulgar o filme na Rússia, nos anos 20. Uma linha horizontal o atravessa na região central, sugerindo uma ruptura entre os elementos da parte superior com os da parte inferior. A leitura será feita levando em consideração esta "divisão".

Na parte superior são representados o personagem principal, sua namorada e a locomotiva. Embora a figura do protagonista não apareça de corpo inteiro, é possível deduzir que ele está sentado, com as mãos apoiadas nos joelhos. Ele se encontra na área central, em tamanho grande, o que o coloca como a imagem principal, a mais importante. A centralização e a dimensão ocupada pela figura do personagem fazem com que todos os demais elementos estejam ligados a ele. Ele é o eixo da visualização, o norteador, o que nos leva a crer que todos os demais elementos que serão apresentados no cartaz, de alguma forma, terão alguma relação com ele e só terão algum sentido a partir dele. Apresentando a figura do personagem Johnny Gray em destaque, o cartaz já nos informa de imediato que ele é o personagem principal do filme, o agente condutor da narrativa. Este é o primeiro indício da estrutura narrativa do filme, que começa a ser revelada pelo cartaz.

Johnny é representado com uma expressão vazia. O olhar é vago, distante. Sua postura é correta e formal, parecendo estar posando para uma fotografia. Ele não é representado em seus trajes de maquinista, mas sim com a roupa e o chapéu de passeio que usa no início do filme para visitar sua namorada. Os trajes reforçam a formalidade da pose em que ele se encontra. Mas quando assistimos ao filme, verificamos que Johnny não é uma figura formal, nem os trajes formais são característicos de sua pessoa, o que nos leva a crer que esta representação

unesp

tem o intuito de revelar outros aspectos do personagem, já que evita uma caracterização estereotipada. Não é o Johnny maquinista que o cartaz quer representar, mas sim o Johnny namorado de Annabelle.

Annabelle é representada no canto superior do lado direito do cartaz, ao lado de Johnny. Ela também parece estar posando para uma fotografia. Sua posição nos leva a crer que ela está em pé, ao lado de Johnny. Em sua mão esquerda segura uma flor, enquanto a outra mão se apoia no ombro do namorado. Ambos compõem uma pose clássica muito usada no passado em fotos familiares. O marido (ou o pai) era muitas vezes fotografado sentado, com a esposa e os filhos em pé à sua volta. O marido sentado assumia a posição de senhor, que reina e governa sua família. A cadeira é seu trono.

Ao representar o casal do filme desta forma, o cartaz traz algumas revelações do que é apresentado no filme. A pose tradicional nos informa aspectos temporais, reforçados, principalmente, pela figura de Annabelle. Seu penteado, a flor que carrega na mão, o vestido comprido (que notamos pelos detalhes da manga) e a sua posição de submissão à figura masculina indicam que o filme se passa em uma época antiga. Por outro lado, a imagem antecipa algo que só irá se concretizar no final do filme, ou subentende-se que irá se concretizar, que é a união civil do casal. A flor na mão de Annabelle pode indicar que o casal está posando para uma foto de casamento.

Outro ponto curioso (e importante) ainda se faz notar na representação de Annabelle. Se compararmos a sua figura à de Johnny, veremos que ela é representada em dimensões menores, apesar da sua posição (mão no ombro) indicar que ela se encontra do lado dele. Ao representar Annabelle em proporções menores que as de Johnny, o cartaz "inferioriza" visualmente sua imagem. Se sua representação estivesse na mesma proporção que Johnny, certamente iríamos pensar que ela também é protagonista do filme, o que não é verdade. Seu papel tem importância para a narrativa, mas é mais figurativo (apenas uma desculpa para as ações do personagem principal) do que fundamental. O uso da desproporção com o

unesp

intuito de realçar a importância de uma figura vem desde as pinturas do Antigo Egito, em que o Faraó era sempre representado em proporções maiores que as dos seus súditos. Este estilo de representação foi assimilado pelas artes figurativas.

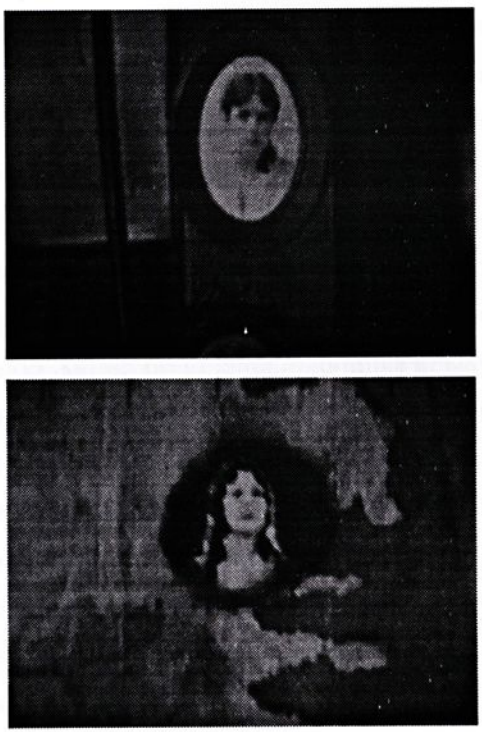
Ainda comparando as representações dos dois personagens, outro ponto nos chama a atenção. Apesar de ambos estarem claramente em uma pose fotográfica, seus olhares divergem quanto ao que seria o posicionamento do fotógrafo. Annabelle olha diretamente para frente, como se soubesse que está sendo contemplada, enquanto Johnny está de lado e com o olhar direcionado para a lateral direita do cartaz. Enquanto Annabelle nos encara, Johnny parece estar submerso em seu mundo (pensando na namorada?). Esta divergência contribui para deslocar o personagem principal. Annabelle, com seu olhar centralizado, parece estar presa nas dimensões do cartaz, emoldurada pelo ângulo da foto, ao contrário de Johnny, que olhando para fora, quebra a convenção da pose e, com isso, ganha individualidade, nos chamando a atenção.

Johnny e Annabelle não são representados como uma única imagem. Pelo contrário, as imagens de cada um trazem consigo uma carga de significação que, quando apresentadas juntas, dialogam. Os personagens aparecem interligados, mas não como parte de uma mesma ambientação. Isto é provocado pelo deslocamento da figura de Johnny, que é representado em dimensões maiores e em um ângulo diferente do de Annabelle. Com este deslocamento, cada imagem adquire força própria. Annabelle é claramente representada como uma figura pertencente ao universo estático da fotografia, o que é totalmente coerente com o que vemos no filme. Logo no início, ela é apresentada como uma garota de modos tradicionais e uma figura totalmente passiva, frágil. Sua estratificação em seu papel de mulher idealizada é salientada significativamente em alguns momentos no filme. Sua primeira aparição no filme se faz através de uma fotografia que Johnny carrega na cabina de sua locomotiva (ver figura). Em outro momento, Johnny identifica

unesp

sua figura emoldurada por um buraco em uma toalha (ver figura). Annabelle é uma imagem idealizada, que existe só para ser contemplada. Só consegue romper seu estado total de inércia na segunda metade do filme, quando acompanha Johnny no resgate da locomotiva.

Ao representar Johnny de forma deslocada, o cartaz simultaneamente o distancia e o aproxima de Annabelle. A aproximação é conseguida graças ao posicionamento e à postura rígida em que ambos se encontram e é reforçada significativamente pela mão de Annabelle que repousa no ombro de Johnny, um claro indício da ligação entre ambos. O distanciamento é obtido graças à desproporção e à divergência do ângulo em que são representados. Com a aproximação, o cartaz revela que Johnny é o protagonista e a razão de ser do filme, e que Annabelle, um personagem menor, é seu caso amoroso. Por outro lado, o deslocamento entre os dois revela que Johnny, embora apaixonado, não faz parte do mundo de Annabelle por completo, não é "igual" a ela. Ele deseja fazer



Dois momentos do filme em que Annabelle aparece "emoldurada"

parte do mundo dela, conquistar seu coração e lutar na Guerra, como a maioria dos homens, mas ao mesmo tempo, ele ama o seu próprio mundo, que é dentro da cabina de uma locomotiva. Aliás, seu amor pela locomotiva parece ser maior do que o amor por Annabelle, afinal é pela General que ele finalmente enfrenta os campos de batalha. Esta ambigüidade é apresentada no filme logo no início. Johnny é um indivíduo que ama simultaneamente uma garota e uma máquina.

Esta divisão amorosa do protagonista é revelada significativamente no cartaz, com a representação da locomotiva em contraposição à figura de Annabelle. Este posicionamento indicia a relação de oposição (cada um está de um lado) entre os dois elementos. Johnny é a figura central, o eixo principal e também o ponto de equilíbrio entre dois opostos, que no caso são a locomotiva e Annabelle. Está entre uma máquina e uma mulher. A oposição entre ambas figuras não só é evidenciada pelo posicionamento, mas também pela forma como elas são representadas. Assim como Annabelle, a locomotiva está em tamanho reduzido, mas certamente por razões diferentes. Ao representá-la em tamanho menor, o cartaz a apresenta em sua totalidade, possibilitando sua total identificação. Certamente pouco restaria se a locomotiva fosse representada proporcionalmente à figura de Johnny. Ao representar a locomotiva inteira, de modo que podemos identificá-la, em contraponto à figura de Annabelle, o cartaz também a coloca como um personagem do filme. A posição e o direcionamento em que ela se encontra também possibilitam a sugestão do movimento, o que reforça a oposição à figura estática de Annabelle. Ela é representada de lado e na extremidade esquerda da linha horizontal que atravessa o cartaz na região central. Se fosse representada no centro, o equilíbrio poderia torná-la estática, o que não acontece quando é colocada na extremidade da linha. Esta posição sugere a idéia de "caminho percorrido". A linha, por sua espessura, sugere a idéia de uma superfície, que passa a ser uma representação dos trilhos por onde trafega a locomotiva. Sua posição no cartaz ocupa um lugar privilegiado, porque é ela quem promove um



"corte" no centro do cartaz, dividindo-o em dois.

Ainda tratando da oposição entre as duas figuras, podemos dizer que, ao representar Annabelle em modos tradicionais, e ao colocar esta representação em oposição à uma locomotiva, o cartaz dá um novo significado à namorada de Johnny. Se a locomotiva por si só é a representação do novo, do progresso, do mundo dinâmico[41], Annabelle, em sua pose fotográfica, é a representação do passado, do conservadorismo, do mundo estático. Ao representar Johnny de forma deslocada entre estes dois signos de forte carga associativa, o cartaz dá outro significado à sua dualidade amorosa. Johnny não é apenas um homem dividido entre o amor de uma máquina e o amor de uma garota, mas é também um homem que transita (ou faz ponte) entre dois universos, um estático, conservador e outro dinâmico, progressista; entre o mundo das imagens estáticas (fotografia) e o mundo das imagens em movimento (cinema)[42].

Na parte inferior do cartaz, abaixo da linha horizontal, vemos o que seria a continuação do corpo de Johnny, ou seja, as pernas pedalando uma bicicleta. Mas estas pernas são representadas de forma desproporcional (menores) em relação ao restante do corpo. O posicionamento também não coincide, já que no alto a pose indica que Johnny está sentado em um outro ângulo. Desta vez, a desproporção e a divergência de ângulo são utilizadas para transmitir no mesmo personagem, diferentes significações. O efeito contribui para reforçar a dualidade do personagem. O dinamismo das pernas pedalando a bicicleta contrasta com a pose formal da metade superior. A representação confirma que Johnny é parte de dois universos, um dinâmico, representado pelas rodas da bicicleta e outro estático, indiciado por sua pose fotográfica ao lado de Annabelle.

Além de criarem uma oposição com a parte superior de Johnny, as rodas da bicicleta criam também uma oposição à figura da locomotiva. Só que aqui a oposição nasce da divergência de direção. Ao contrário da

[41] No final do séc. XIX a locomotiva era uma representante do progresso e traços desta qualidade são evidentes no filme. Logo na primeira cena, a General aparece vigorosa, em plano geral, cortando o horizonte a todo vapor. Chegando à cidade, desperta a atenção da população, em especial das crianças (representantes do futuro, do novo).

[42] Como curiosidade, vale lembrar que a chegada de uma locomotiva à estação foi o tema do primeiro filme dos Irmãos Lumière.

unesp

locomotiva, a bicicleta se direciona para o lado direito do cartaz. Esta divergência sugere um desencontro, já que ambas tomam caminhos diferentes, mas também parecem indicar que o personagem está a procura da locomotiva, o que se confirma no filme, já que em uma breve seqüência, Johnny se utiliza de uma bicicleta para perseguir os espiões que fugiram com a General. Só que no cartaz, a bicicleta é uma metáfora da movimentação do personagem para conseguir recuperar sua locomotiva. O elemento bicicleta é pouco significante no filme, mas o cartaz não está interessado na representação do objeto em si, mas sim nas associações que sua representação evoca, daí suas qualidades metafóricas. A roda é um elemento circular, dinâmico, que sugere movimentação.

Em uma análise geral, podemos dizer que na representação destes elementos, o cartaz resume toda a estrutura narrativa do filme. Podemos arriscar a dizer que a narrativa é revelada na seguinte ordem:

- O filme gira em torno de um personagem masculino (figura masculina que ocupa a maior parte da área central do cartaz);
- Na primeira parte do filme (parte superior à linha horizontal), o personagem masculino está entre sua namorada (figura feminina que se apoia em seu ombro), uma mulher frágil e de modos tradicionais (pose, flor na mão) e entre uma locomotiva;
- A segunda parte se inicia com o furto da locomotiva (linha horizontal que divide o cartaz trilhos da locomotiva);
- Na segunda parte, o personagem masculino parte para reaver sua locomotiva (pernas pedalando a bicicleta), acompanhado de sua namorada (novamente a figura feminina com a mão no ombro do personagem masculino).

Verificamos que o cartaz "conta" o filme, aproximando e combinando vários signos visuais (garota/ locomotiva/ linha horizontal/ personagem principal/ rodas da bicicleta) de diferentes morfologias e diferentes cargas informativas. O cartaz é um suporte de forma retangular, que na maioria das vezes é utilizado na vertical. Este posicionamento

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

sugere uma leitura de cima para baixo, embora esta leitura se inicie depois da visualização do elemento central. O cartaz do filme "The General" se utiliza deste ritmo de leitura, para em um primeiro instante revelar o "ponto principal" ou a "idéia central" do filme e posteriormente revelar a narrativa, através da relação do elemento central com os demais elementos do cartaz.

Dois outros signos, de natureza verbal, completam a composição do cartaz. No alto, é informado o nome do ator que interpreta o personagem principal no filme. Embora a dimensão deste signo seja razoavelmente grande, ele ocupa um lugar discreto, mas contribui de forma significativa para o equilíbrio da parte superior do cartaz.

O outro signo verbal é apresentado no rodapé do cartaz, informando o título do filme. Mas este signo assume um papel mais importante que o anterior. Sua forma e disposição revelam um papel duplamente funcional, já que simultaneamente informa o título do filme e serve de base (chão/ trilhos) para as rodas da bicicleta.

Até aqui, através da leitura da disposição dos signos, verificamos como o cartaz revela a narrativa do filme. Analisaremos agora a aparência de cada um desses signos.

O rosto e as mãos de Johnny são representados de forma realista, revelando a intenção de aproximar esta representação de uma fotografia em preto e branco. O realismo da expressão contribui para dar ao rosto do personagem mais expressividade. É importante lembrarmos que o cartaz está representando um filme mudo, no qual a expressão facial do ator é um dos principais recursos dramáticos. Ao representar o rosto e as mãos (outra parte do corpo importante para a expressão) do personagem de forma naturalista e em preto e branco (padrão fotográfico do filme), o cartaz reforça esta característica expressiva do cinema mudo.

O restante do corpo do personagem (tronco, braços e pernas) é representado de forma abstrata. A silhueta é sugerida por uma malha tipográfica com as palavras "Buster Keaton" em maiúsculas. As letras aparecem em positivo e em negativo, sendo repetidas infinitamente, compondo os trajes do personagem: paletó, colete, gravata. A grafia

unesp

e a disposição das palavras revelam que elas não estão no cartaz para serem "lidas", mas sim "vistas". A grafia utilizada é do idioma inglês, portanto, não é para ser "lida", já que o cartaz foi feito para divulgar o filme na Rússia. O idioma russo tem uma grafia muito particular. Mas o filme é uma produção norte-americana. Ao grafar o nome "Buster Keaton" no seu idioma de origem, o cartaz está utilizando-se das particularidades visuais desta grafia para informar que o filme é "estrangeiro".

Ao apresentar palavras (signos verbais) como elementos decorativos, o cartaz também resgata as qualidades pictóricas da palavra escrita. As letras são apresentadas de modo decorativo, criando um efeito visualmente agressivo, vibrante. A composição positivo-negativo incomoda e, com isso, desperta a atenção, evidenciando a intenção do cartaz de dar destaque à origem do filme. Mas é interessante notar que esta informação é ao mesmo tempo o corpo do personagem, dando a esta representação um caráter funcional.

A funcionalidade da forma é evidente também na representação de Annabelle. Como Johnny, seu rosto e suas mãos são representados de maneira naturalista. Mas o restante do corpo não é representado, ficando subentendido no fundo magenta do papel. Pelo estilo das mangas e da gola, deduzimos que Annabelle está trajando um longo vestido de mangas compridas. A funcionalidade aqui é evidente pela supressão de partes do corpo de Annabelle, que nada acrescentariam ao cartaz.

Pela representação dos dois personagens, nota-se um desinteresse pelo corpo da figura humana. Este é apenas insinuado na forma de alguns elementos gráficos, como o fundo do cartaz ou a malha tipográfica.

Ao contrário de Johnny e Annabelle, a locomotiva é representada de "corpo inteiro". A representação é estilizada, embora se note a intenção de sugerir o volume em algumas de suas partes. Em seu centro, uma placa identifica o seu nome (General), grafado no idioma inglês. Mais uma vez, o cartaz se utiliza do estilo da grafia para fazer referência ao país de origem do filme.

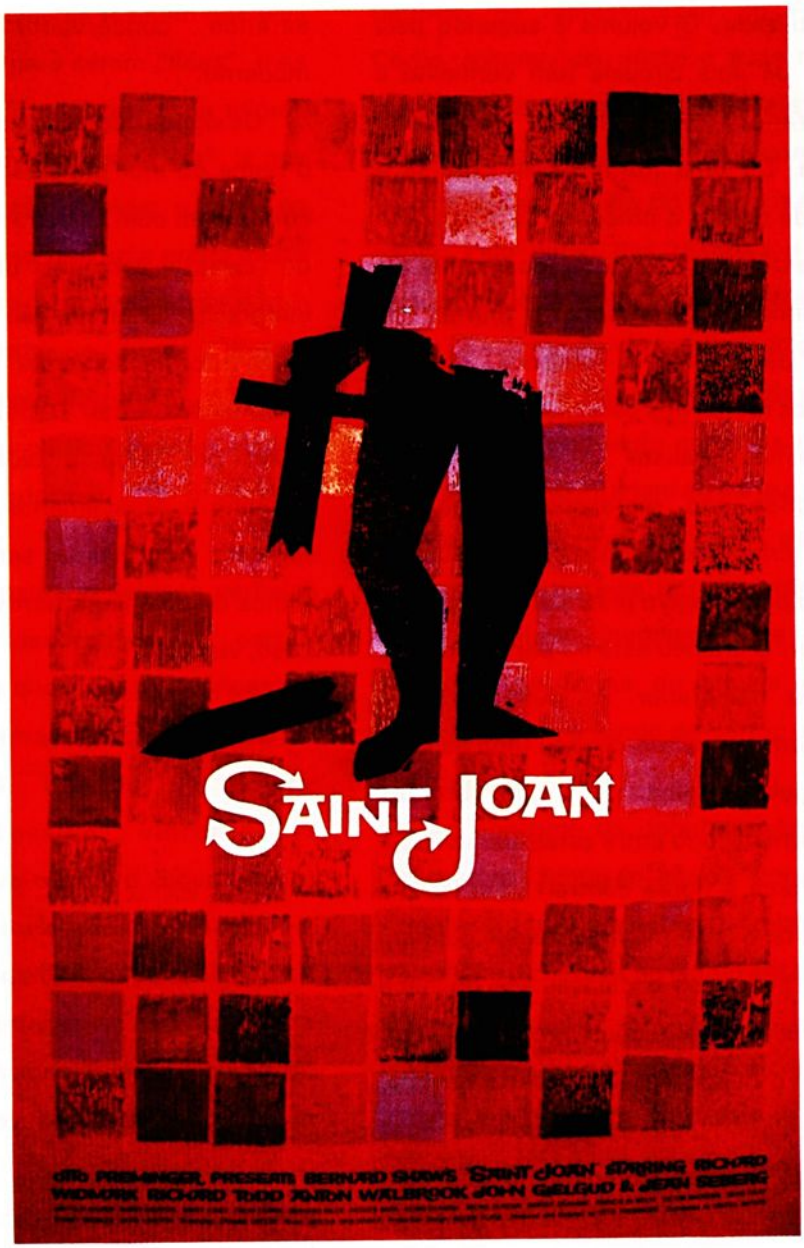
unesp

A bicicleta também é representada de forma estilizada. O volume é sugerido pela utilização de dois círculos (um vermelho e outro branco) sobrepostos de forma deslocada. De uma forma geral, nota-se a intenção de revelar o processo de adaptação dos elementos que são mostrados no filme à forma bidimensional do suporte "cartaz". A sugestão de volume é estilizada, "falsa". Somente os rostos dos personagens dão uma impressão mais "realista".

As rodas são representadas na cor vermelha, criando um contraponto visual ao chapéu do personagem principal, que está na mesma cor. O chapéu está na parte superior, e as rodas na inferior. As duas rodas da bicicleta formam com o chapéu uma espécie de "triângulo imaginário", o que contribui para criar um diálogo entre estes elementos e para dar força à figura central. Com isso, o protagonista e sua movimentação ganham destaque, indicando o caráter ágil do filme (uma comédia de situações). Por outro lado, ao colocar o chapéu, que faz parte do traje formal de Johnny, em relação com as rodas da bicicleta, o cartaz novamente põe para dialogar elementos que fazem referência ao estático, conservador e ao dinâmico, moderno.

Os signos verbais, que informam o título e o nome do ator principal do filme, quase se confundem com os demais elementos visuais do cartaz, estando, portanto, em total integração. O título não funciona somente como informação verbal, mas também como informação visual. O título é a base (ou o chão) por onde a bicicleta passa. Pelo desenho e espaçamento da letra, podemos também notar uma semelhança com os trilhos de uma linha ferroviária, só que neste caso, vistos de cima.





Saint Joan 1957
(Saul Bass)

SAINT JOAN

O filme é um drama histórico, isto é, uma encenação baseada em pessoas e acontecimentos que realmente existiram. A história é de Joana D'Arc, jovem camponesa que na Idade Média desafia a Igreja e enfrenta o exército inglês buscando a liberdade da França. Orientada por vozes místicas, Joana veste roupas de soldados e lidera um cerco militar, protegendo a região de Orleans dos invasores ingleses. O cerco possibilita a coroação do Delfim Charles, mas não é suficiente para conquistar a almejada vitória, o que leva Joana a liderar mais um ataque para expulsar de vez os ingleses. Ela vence a batalha, mas é presa e condenada à fogueira pela Santa Inquisição, que a considera herege por seguir vozes do diabo e usar roupas masculinas.

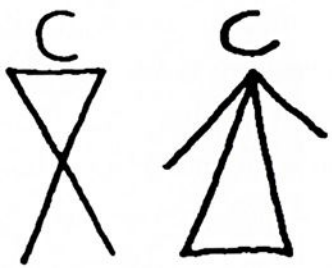
O filme apresenta a trajetória de Joana como uma história em que não existe a atitude masculina. Os homens são medrosos, corruptos e infantis. Joana se veste e age como um soldado, não se permitindo em nenhum momento ser feminina e submissa. Deseja armas e um exército para chefiar, não uma vida doméstica. Seu ímpeto e seu poder de liderança são tão grandes que chegam a desafiar o poder inabalável da Igreja. E é aí que ela põe sua vida em risco.

A narrativa é em *flashback*. Após a execução, o espírito de Joana e de outros personagens visitam Charles (o Delfim que foi coroado rei) em sonho. A partir daí, inicia-se uma revisão dos acontecimentos pelas pessoas envolvidas, com direito à reconsideração de atitudes e reconhecimento de erros. Na primeira metade do filme, o espírito de Joana recorda o início de sua trajetória e sua dificuldade em fazer do covarde Charles, um rei. Na segunda metade, as tramas políticas que levaram Joana à fogueira são reveladas pelo espírito de um oficial inglês e por um dos inquisidores. O filme não tem cenas de ação (nenhuma batalha é mostrada), o que mostra uma intenção maior de discutir e não de apresentar os fatos.

O cartaz que representa o filme se concentra basicamente em um signo que é



apresentado junto ao título, na região central. Este signo é uma representação estilizada em silhueta, da parte inferior de uma figura humana. A organização de duas verticais paralelas apoiadas cada uma em uma horizontal menor é um arquétipo visual que há muito é utilizado para representar o homem. Este é um dado visual que já é assimilado como uma representação da figura humana em geral, ou da figura humana do sexo masculino, já que o sexo feminino geralmente é representado por uma forma triangular - fazendo referência ao vestido, indumentária de uso exclusivo deste sexo no mundo ocidental (ver figura). Geralmente, na representação humana, tanto as hastes como o triângulo são combinados com uma forma circular no alto, que representa a cabeça. Mas desde a pré-história, o uso de uma haste vertical apoiada em duas angulares é suficiente para representar o homem (ver figura), certamente pelo fato de que, visualmente, a principal diferença estrutural existente entre o homem e os outros animais, é que aquele é o único ser que se movimenta com perfeição sob dois pés.



Representações primitivas
do homem e da mulher



Representação primitiva
da figura do homem

Utilizando-se da familiarização deste arquétipo, o cartaz nos informa de imediato que o filme gira em torno de um personagem. Mas a identidade deste personagem não é revelada, já que seu rosto não é representado. Esta omissão e a estilização do desenho fazem com que o signo se assuma como uma representação mais "profunda" do personagem. O personagem não é representado naturalmente, o que facilitaria uma identificação imediata, pelo contrário, a representação é "enigmática" e, por isso, pede para ser decifrada, compreendida[43]. A ausência de identidade e o simbolismo da figura contribuem para criar uma presença mística, entendida no sentido misterioso.

O que vemos é uma figura humana, da cintura para baixo, segurando uma espada quebrada. Deduzimos que esta figura representa a personagem principal do filme, Joana d'Arc. O signo verbal (Saint Joan), que é colocado logo abaixo, contribui para esta dedução.

Como já foi dito, a personagem é representada de forma enigmática, ambígua, entrando no campo do oculto, do abstrato. A personagem Joana é apenas evocada, não representada concretamente, de forma clara e definida. A representação no cartaz só é identificada como sendo de Joana a partir do momento em que é associada ao título do filme, ou ao próprio filme, isto é, só adquire sentido a partir do momento em que conhecemos o seu referencial.

A figura é assimétrica, o que provoca um certo desconforto e insegurança. As pernas divergem na sua postura. Enquanto uma é estática, passiva e mais estilizada, a outra é dinâmica, ativa e com um desenho um pouco mais realista. Vemos aqui uma espécie de contradição dentro da mesma figura. Enquanto uma perna está em posição de ataque, a outra está passiva. No filme, é evidente a personalidade forte e obstinada de Joana, uma guerreira nata. Porém, seu vigor é podado pela Inquisição. O cartaz revela aqui algo que é próprio da condição humana de Joana e, para isso, se utiliza de uma representação arquetípica do ser humano (as pernas). Joana é, antes de mais nada (antes de ser uma "santa" ou um "demônio"), um ser humano de extrema energia vital (perna

[43] "... un símbolo reducido en su forma es de efecto evocador más poderoso que la imagen común, y que precisamente el enigma en clave presente en los signos no figurativos ofrece más acicate a la meditación, al tiempo que ingresa en el ámbito de lo oculto" FRUTIGER, Adrian. *Signos, Símbolos, Marcas, Señales.* Barcelona: Gustavo Gili, 1997, p. 179.

unesp

em posição de ataque, dinâmica) que perde o viço (perna estática, sem vida) ao ser aprisionada e martirizada pela Inquisição. Se observarmos bem, verificamos que as pernas não se encostam e dá a impressão de que uma linha as separa, o que indicia uma ruptura ou mesmo uma mudança temporal.

Ao lado da perna em ataque (perna direita), identificamos a mão da personagem segurando uma espada que está partida ao meio. A espada não é segurada em posição de ataque - ao contrário, é segurada para baixo, em posição de derrota, entrega. A espada é um signo que há muito é utilizado como símbolo da força, do poder, além de ser associado ao falo, à virilidade masculina. Só que aqui este elemento simbólico é representado de forma fragmentada, gerando um duplo significado. A espada, como um falo quebrado, representa o ímpeto masculino de Joana, que foi "castrado" pela Inquisição. Por outro lado, ao ser divida em dois, a espada toma a forma de uma cruz na mão da personagem. O símbolo espada torna-se cruz e conseqüentemente muda sua carga de significação. A cruz é um símbolo do cristianismo. Ela representa a dor vivida por Jesus Cristo, quando crucificado - momento máximo da fé cristã. Quando utilizada junto a uma figura humana, simboliza morte e sofrimento de uma pessoa que acreditou nesta fé. A transformação da espada em cruz revela a transformação da Joana guerreira em mártir. A quebra, como a divisão entre as pernas, indicia transição, ruptura.

De uma forma geral, a figura cria um dualismo em dois planos: um humano e outro místico, sobrenatural. No primeiro, as pernas representam simultaneamente a vida e a morte. No segundo, a guerreira (que ataca) vira mártir (atacada) na representação da espada que vira cruz. Ao vermos o filme, vemos que este aspecto dualista e ambíguo faz parte de toda a trajetória de Joana. Antes de mais nada, Joana era uma *mulher* que queria se vestir e agir como *homem*, que em nome de *Deus* comandava um ataque de *guerra*, que foi queimada como *bruxa* para posteriormente ser venerada como *santa*.

A ambiguidade é reforçada também pela qualidade visual da figura. A representação, embora de forte impacto visual, é dilacerada,



quase transparente. Joana e sua história são duvidosas (figura frágil) e isto é evidente no filme, que se propõe a discutir e questionar a história de Joana sob diversos pontos de vista. Inclusive sua santidade é questionada.

Logo abaixo deste signo central, encontra-se um signo verbal que informa o nome do filme. A proximidade entre os dois elementos gera uma associação. Como já foi dito, a informação do título do filme contribui para a identificação do signo central como sendo uma representação da protagonista do filme. Por outro lado, o signo que informa o título tem "vida própria" e não precisa de nenhum outro elemento para adquirir sentido. Quando lemos "Saint Joan" (Santa Joana) somos informados de imediato que o filme é sobre uma personagem feminina, que é considerada metaforicamente ou por decreto uma santa. Esta é uma informação verbal, porém, como o cartaz também é um signo não verbal, nós não apenas lemos o título, mas também, o percebemos como imagem.

Ao contrário da imagem central (em preto), o título do filme está em branco, contrastando com o fundo, o que faz com que ele seja um elemento de destaque, que visualmente chama a atenção. Este contraponto preto/ branco evita a total "fusão" das imagens e contribui para que o título não seja eclipsado pela imagem central. As letras não seguem uma disposição uniforme, simétrica. Assim como no signo central, existe um certo desequilíbrio que incomoda. Isto contribui para dar dramaticidade e dinamismo ao título, indiciando que sua função vai além da mera informação do nome do filme. O desenho das letras comenta o filme, ao mesmo tempo que informa o seu título.

Verificamos que as iniciais "S" e "J" têm setas nas suas extremidades. A seta por si só é um elemento dinâmico, pois indica movimento, direção. Mas ao ser utilizada nas extremidades de letras sinuosas como o "S" e o "J" remetem a um arquétipo visual muito conhecido: a cauda do diabo. Ao fazer referência a este arquétipo na palavra "saint" (santa), é criada uma contradição com o significado que ela expressa. Mais uma vez é revelado o caráter ambíguo e contraditório da história do filme antes de ser considerada

unesp

santa, Joana foi tomada por bruxa.

A referência à cauda do diabo também está na palavra "Joan" (Joana). Mas nesta palavra, vemos também uma seta na extremidade da última letra (n). Nesta letra, ao contrário do "S" e do "J", não há uma referência à cauda do diabo. A rigidez do desenho do "N" sugere uma indicação de direção, que no caso é para o alto. Dentro da mesma palavra, o signo seta assume um duplo significado. Aqui, ao contrário da palavra "Saint", não é criada uma contradição com o significado da palavra. "Joan" é um nome próprio e, ao ser representado visualmente com referência à cauda do diabo, significa que a qualidade "diabólica" é algo próprio da personalidade dela. A contradição existe sim, mas não no nível verbal/ visual , mas somente no visual (o duplo significado da seta). Se na extremidade do "J" a seta é uma referência a um arquétipo que simboliza a figura do diabo, na extremidade do "n" ela indica ascensão, pois orienta para o alto. O efeito de ascender (elevar, subir), tanto no plano físico como no subjetivo, é considerado como uma superação de uma condição. Nas histórias bíblicas, o ser humano que transcende seus limites em nome de Deus é elevado aos céus. Se na letra "J" a seta indicia uma presença diabólica, a letra "n", ao contrário, indicia uma reversão desta situação.

Se captarmos o título "Saint Joan" visualmente como um todo, notamos claramente um percurso: Joana, que foi considerada e executada como bruxa (setas fazendo referência à cauda do diabo), posteriormente foi considerada santa (a ascensão, indiciada pela seta que orienta para o alto). Ainda dentro deste raciocínio de percurso, também podemos entender a utilização das setas como uma representação das condições adversas que Joana enfrentou (a referência ao diabo como sofrimento) e superou (metafisicamente, com a referência à ascensão). Notamos aqui não só uma perfeita coerência do desenho do título com o que é apresentado no filme, mas também, uma coerência do título com a figura central do cartaz (a representação estilizada de Joana). Em ambos existe o mesmo jogo de dualidades: espada/ cruz; rabo do diabo/ seta

unesp

que orienta para o alto; vida/ morte; santa/ demônio.

Um outro aspecto também aproxima os dois signos. Se a imagem central é apresentada de forma misteriosa, o que cria uma representação mística, alegórica, o mesmo acontece com o título. A referência aos aspectos "diabólicos" da personalidade de Joana é feita também de maneira alegórica, através da referência a um arquétipo visual popularesco e folclórico que é a imagem do diabo com cauda pontuda. Em conjunto, a figura central e o título representam a história de Joana de forma ambígua. É um drama pessoal carregado de muita superstição e folclore, como talvez seja a maioria das histórias dos santos. Notamos no cartaz uma intenção de revelar estes aspectos e ao mesmo tempo uma intenção de desmitificá-los (ou no mínimo, questioná-los), o que é coerente com o filme, já que a narrativa deste não é em nenhum momento hagiográfica, pelo contrário, os personagens são despidos e analisados.

Além do título, outros signos verbais fazem parte do cartaz. Na parte inferior (rodapé) são informados os créditos do filme. Apesar destas informações não ocuparem um papel significante no cartaz, é interessante notar a coerência com o estilo visual do título.

Aparentemente, após analisarmos os dois signos centrais, temos a impressão de que toda a idéia central do cartaz está delineada. Porém os outros elementos que restam (os signos que compõem o fundo do cartaz), apesar de estarem em segundo plano, reforçam e propõem novas nuances aos signos principais.

Todo o fundo do cartaz está na cor vermelha. A agressividade desta cor aumenta a dramaticidade do cartaz e contribui para o destaque dos elementos centrais. A cor vermelha é constantemente associada à energia, à vitalidade, certamente, por ser a cor do sangue, daí sua carga "dramática". Joana é uma personagem de extrema vitalidade. O vermelho é a cor ideal para ser associada à sua história - o vermelho é também a cor do fogo, elemento utilizado na sua execução.

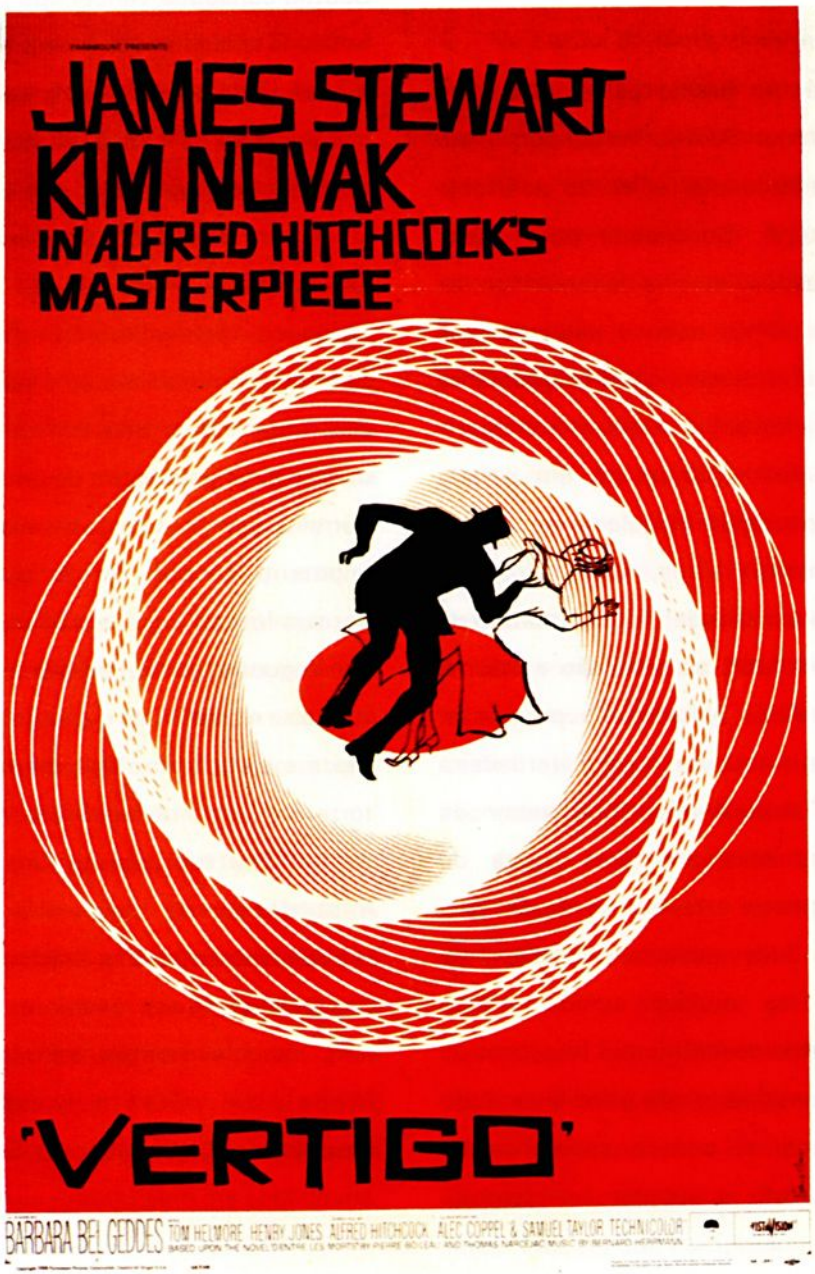
Sobre este fundo vermelho vemos uma

unesp

série de quadradinhos coloridos dispostos de tal forma que criam um ornamento que ocupa praticamente toda a extensão do cartaz. Este signo não chega necessariamente a interferir ou mesmo contribuir na visualização da figura central e do título, porém é interessante verificar como ele transmite uma forte sensação misteriosa. Ao contrário da figura central e do título, este aparente ornamento não remete de imediato a nenhuma figura já conhecida, sendo totalmente abstrato. Claro que reconhecemos a forma quadrada, mas só a reconhecemos como forma. A combinação de diversos quadradinhos coloridos nos lembra coisas diversas como papel picado e pontos luminosos (já que alguns são mais claros que os outros), por isso podem estar representando o fogo, o crepitar das chamas que executaram Joana. Este crepitar de chamas, como fundo, é sobreposto pelo complexo e ambíguo signo central. Aqui encontramos uma associação com a própria estrutura narrativa do filme, visto que esta se inicia algum tempo após a execução. Sendo assim, a figura que emerge do fundo representa as discussões levantadas pelo filme após a morte de Joana.

Por outro lado, os quadradinhos, como um signo quase ornamental, contribuem para reduzir a dramaticidade da figura central e até mesmo da cor vermelha da superfície do cartaz. A composição é lúdica, fantasiosa; sistemática, mas falha (os quadradinhos não são perfeitos em sua forma). Lembram um trabalho artesanal, descompromissado (ou intuitivo), primitivo e talvez, por isso mesmo, folclórico, ritualístico e mais uma vez, místico. O abstracionismo da composição e mesmo da forma abre espaço para o fantasioso, sobrenatural, metafísico; em resumo, para o subjetivo, o que dificulta a sua descrição e interpretação.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17



Vertigo 1958
(Saul Bass)

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

VERTIGO

O filme é um drama psicológico com clima de mistério. Scottie Fergunson é um policial aposentado que sofre de acrofobia (medo de altura). Contratado para seguir Madeleine, a esposa suicida de um amigo, se apaixona, mas por sua doença, não consegue evitar com que a mesma salte mortalmente do alto de uma torre. Em estado de choque e julgando-se culpado, entra em um estado obsessivo, procurando Madeleine em outras mulheres. Encontra Judy, cuja fisionomia (mas não a personalidade) lembra muito a da falecida. Na verdade, as duas são a mesma pessoa, contratada pelo marido para fazer parte de uma trama na qual a verdadeira esposa seria assassinada. Sem saber de nada, Scottie, obcecado pela figura de Madeleine, começa a mudar os modos e a aparência de Judy, com a esperança de transformá-la na mulher amada. Neste processo, Scottie descobre que foi vítima de uma trama assassina, o que o faz levar Judy na cena do crime, com a esperança de reconstituir o fato e superar seu trauma. Scottie consegue vencer sua fobia, mas uma nova fatalidade ocorre quando, em um momento de pavor, Judy perde o equilíbrio e cai do alto da torre, dando ao filme um desfecho trágico.

A narrativa é dividida em duas partes, ambas com finais trágicos. Na primeira, tomamos conhecimento da doença de Scottie e acompanhamos o seu envolvimento com uma mulher bela e misteriosa que tem uma fixação pela figura de uma antepassada. Termina com o suicídio da mesma diante do impotente Scottie - as vertigens provocadas por sua fobia o impedem de evitar a tragédia. Na segunda parte, as situações de certa forma se repetem, só que num grau mórbido e ainda mais trágico. Mais uma vez, o alto da torre é o palco do desfecho. Se na primeira parte Scottie perseguia uma mulher misteriosa, na segunda ele procura (obsessivamente) uma morta. O grau da sua obsessão pode ser medido na seqüência em que, minuciosamente, transforma Judy em Madeleine. Nesta parte, também descobrimos que, como Scottie, fomos envolvidos em uma farsa.



Em todo o filme, o personagem Scottie é o agente principal da narrativa. O que muda é a relação do espectador com o personagem. Na primeira parte, compartilhamos suas sensações de vertigem e seu crescente interesse por Madeleine e, conseqüentemente, também somos enganados pela trama assassina. Na segunda parte, distanciamos de sua figura no momento em que descobrimos a trama primeiro, através da personagem Judy - o recurso utilizado é um *flashback*, com a personagem relembrando o acontecido. A partir daí, somos impotentes espectadores da crescente obsessão de Scottie e, em suspenso, aguardamos o momento em que vai descobrir que foi enganado.

Cabe destacar os recursos empregados pelo filme para envolver o espectador. A fotografia, a música e os enquadramentos são utilizados de forma que transmitem no espectador as sensações vividas pelo personagem principal. Com ele, somos envolvidos no clima de mistério, sentimos vertigens e temos pesadelos.

No cartaz do filme, o elemento que mais nos chama a atenção é uma grande espiral que ocupa grande parte do campo visual. De imediato, entendemos que este signo não é uma representação de algo que vemos concretamente no filme, por isso só podemos deduzir que é um signo de qualidades simbólicas, isto é, busca representar algo que no filme é abstrato. A espiral é antes de mais nada uma figura geométrica, uma curva gerada por um ponto móvel que gira em torno de um ponto fixo. Esta curva tem com o centro uma relação repetitiva de aproximação e distanciamento. Por simbolizar um movimento constante e interminável, a espiral já foi interpretada como uma representação do sol e da vida[44].

Ao ser colocada no centro do cartaz, a espiral provoca uma sensação hipnótica, sedutora e perturbadora. É incrível como sentimo-nos atraídos por este signo misterioso. Talvez pela impossibilidade de sabermos onde ele começa e onde termina, temos a sensação de estarmos sendo desafiados, provocados. Podemos dizer que aqui, mais do que compreender, sentimos os

[44] FRUTIGER, Adrian. op. cit. p. 213.

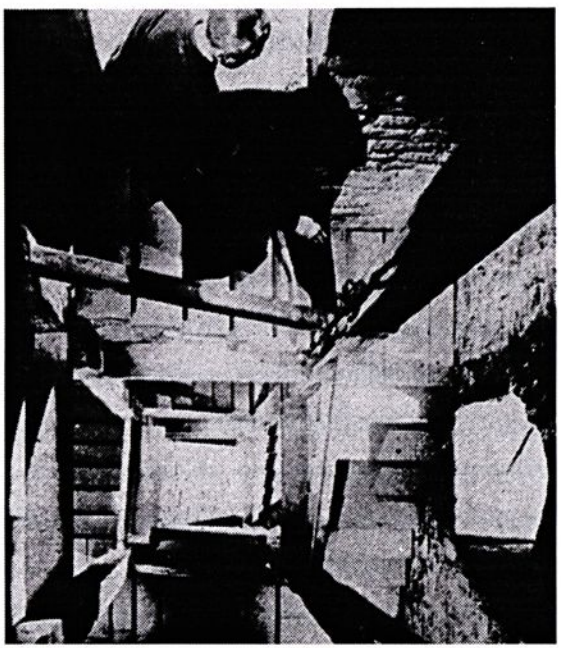
unesp

efeitos provocados pelo signo e que ele procura, numa primeira instância, representar uma "sensação".

Como já foi dito, em alguns momentos, o filme também procura produzir "sensações" no espectador, através de trucagens ópticas. Por exemplo, quando Scottie tem vertigens, a câmera mostra o seu ponto de vista, o que faz com que compartilhemos sua sensação.

O indivíduo que sofre vertigens tem a impressão de que tudo roda à sua volta, o que lhe provoca uma sensação desagradável de desequilíbrio e insegurança. Daí podemos deduzir que a espiral no centro do cartaz tem o intuito de "simular" o que seria uma representação desta sensação.

No entanto, é interessante notar que é possível reconhecer a forma da espiral em pelo menos dois elementos importantes no filme: no penteado de Madeleine e na escadaria da torre onde ocorre o clímax (ver figura). Esta presença da forma espiralada em alguns elementos concretos pode ser encarada como uma tentativa do filme de revelar ou fornecer indícios para que o espectador descubra (ou entenda) sua



Cena do filme, em que é possível reconhecer a forma de uma espiral. A imagem mostrada é da escadaria da torre, onde ocorre o clímax do filme.

unesp

estrutura narrativa. Se a analisarmos, verificamos que a constante repetição dos acontecimentos sugere uma forma espiralada. O eixo desta "espiral" é Scottie e sua doença. Vejamos:



Ao representar concretamente a espiral, o cartaz capta o indício fornecido pelo filme e lhe dá destaque. Mas é interessante notar que esta característica metafórica da espiral não se limita à estrutura da narrativa. Também encontramos semelhança na obsessão de Scottie por Madeleine. O estado de obsessão faz com que o indivíduo persiga intensamente uma idéia fixa, ou seja, retorne sempre ao mesmo ponto como uma espiral.

Verificamos até agora como o cartaz utiliza a espiral para sintetizar todo o filme em uma única imagem, criando uma metáfora para o mesmo, visto que não procura representar cenas, mas sim indiciar aspectos essenciais da narrativa.

Se por um lado o aspecto "sensorial" da espiral é algo que lhe é próprio - não precisamos do filme para senti-la - por outro lado, precisamos do filme para entender sua forma como uma metáfora.

No centro da espiral vemos uma representação quase caricatural da figura de um homem e uma mulher. Ao contrário da espiral, que por sua abstração pede uma interpretação, a representação dos personagens é direta. Embora atinja um certo grau de abstração (principalmente na figura masculina), ainda é fácil associá-la rapidamente aos personagens principais do filme. A figura masculina é representada em silhueta e em primeiro plano, o que a coloca em destaque maior que a figura feminina, que

está representada em *outline*. Esta diferença na qualidade da representação dos dois personagens torna clara a intenção de criar um distanciamento entre eles, de não representá-los com o mesmo "valor". A figura masculina é visualmente mais forte, maciça, simples e direta, o que faz com que a visualizemos imediatamente. Como já foi dito, Scottie é o agente principal da narrativa. A valorização da sua imagem no cartaz faz com este aspecto do filme seja rapidamente revelado.

É interessante notar que identificamos rapidamente a silhueta como sendo do personagem principal, apesar de não identificarmos o seu rosto. O que ocorre é que a representação busca uma sintetização do personagem. Uma representação naturalista certamente teria tantos detalhes que desviaria a atenção para elementos que nada acrescentariam ao cartaz. A representação do personagem no cartaz busca realçar os aspectos visuais que lhe são característicos no filme: sua estrutura física e sua indumentária (terno escuro e chapéu).

Já a figura feminina é representada de uma forma um pouco mais descritiva, revelando detalhes do cabelo e da roupa. Se verificarmos no filme, veremos que Madeleine é apresentada como uma mulher de aparência e modos especiais. E todos os detalhes de sua aparência são valorizados, principalmente o modo de se pentear e se vestir, ao contrário de Scottie, que é um tipo comum - por isso, basta uma silhueta masculina para a associarmos à sua figura.

Ao contrário de Scottie, a representação de Madeleine é transparente, frágil, quase se funde com a espiral. Ao vermos o filme, verificamos que Madeleine está sempre com roupas neutras, como o cinza e o branco, chegando algumas vezes a quase fundir com a paisagem (ver figura). Isto faz com que sua personalidade misteriosa seja ressaltada, apresentado-a como uma figura sobrenatural. Podemos dizer, tanto pelo cartaz como pelo filme, que Scottie é uma figura sombria (porque é marcado pela tragédia) e que Madeleine é uma figura indefinida, uma imagem ilusória, diáfana, fantasmagórica. O que ocorre aqui é uma aproximação da aparência do signo com as características

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

físicas e psicológicas dos personagens.

Embora com características formais diferentes, ambos os personagens são representados como uma única imagem. Scottie segura Madeleine - que aparentemente está em queda - de forma desajeitada. Esta cena não existe no filme, visto que Scottie não consegue evitar a morte da mulher, por ter vertigens. Mas a sua impotência é indiciada pela falta de firmeza com que a segura. Assim como ela, ele também parece estar caindo (ver figura).

Partindo para uma análise de conjunto, notamos que os protagonistas são representados dentro da espiral. A simetria e o geometrismo da espiral contrastam com a forma livre e gestual com que os personagens são representados. Esta discordância entre os signos contribui para preservar as qualidades de cada um. Ambos tem força própria, e sozinhos podem representar o filme. Este "estar dentro" indicia um envolvimento, uma relação da representação dos personagens com as qualidades da espiral, isto é, com o que ela representa. Se a espiral representa a trama e a sensação de



Scottie e Madeleine como são vistos em quase todo o filme. Ele de terno escuro, ela de cinza e branco, misturando-se com o cenário



Em uma cena do filme, Scottie sonha que está caindo

unesp

vertigem, deduzimos que os personagens estão inseridos neste estado vertiginoso e nesta trama "espiralada".

A espiral e os personagens estão entre dois signos verbais. Na parte superior, somos informados dos nomes dos protagonistas e de que o filme é uma obra-prima (masterpiece) de Alfred Hitchcock. Na parte inferior, entre aspas, somos informados que o nome do filme é "Vertigo". Todos os signos seguem o mesmo estilo no desenho das letras. A forma assimétrica, imprecisa e agressiva - todas as letras são maiúsculas - faz com que o título seja visualmente coerente com a representação da figura do protagonista, no centro da espiral. O desequilíbrio destes signos transmite uma sensação de insegurança, desconforto e nervosismo, criando um contraponto com a espiral. Podemos entender que se a espiral "produz" uma sensação vertiginosa, hipnótica, os títulos e o protagonista são uma representação dos "efeitos" desta sensação. Se a espiral é a doença, os títulos e a representação do protagonista são os sintomas desta doença. O fato do texto ser feito à mão (gestual) reforça ainda mais seu caráter "emocional".

No rodapé do cartaz, vemos outros signos verbais, apresentados por formalidade de modo que nada acrescentam ao cartaz. Cabe finalmente observar a cor da superfície do cartaz, sobre a qual todos os signos estão dispostos. O fundo é alaranjado, uma cor estimulante, a cor de muitas frutas quando maduras. Ao ser utilizada no cartaz, ela contribui para torná-lo atraente, vibrante. Também contribui para dar destaque e luminosidade à espiral (que está em negativo), aumentando sua força "hipnótica", e realçar a dramaticidade dos elementos que estão em preto - os personagens e o título.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17



considerações finais

(THE END)

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

Através da leitura dos cartazes selecionados, foi possível conhecer alguns pontos que caracterizam o processamento e a produção de informação pelo e no meio cartaz. A partir do momento em que este processamento se inicia, ocorrem mudanças na nossa relação com o que é divulgado, com o próprio meio e, por fim, com a nossa própria forma de perceber as coisas. Isto reforça o comentário que é um dos mais geniais de McLuhan, outrora citado neste trabalho: "Toda forma de transporte, não apenas conduz, mas traduz e transforma o transmissor, o receptor e a mensagem". Sendo assim, o cartaz de cinema, a partir do momento em que, através do seu produtor, se pensa enquanto meio, isto é, se conscientiza enquanto uma linguagem dotada de códigos próprios, cria uma nova forma de lidar com o seu objeto, no caso, o seu interpretante/usuário e não o filme.

Como foi visto, os cartazes analisados não pretendem atuar como índices do filme (como acontece com os cartazes hollywoodianos), mas sim fazer uma releitura do mesmo, traduzindo-o para os códigos da sua linguagem. Neste processo, é evidenciada a característica icônica que é própria do meio cartaz. Neste caso, o cartaz de cinema transcende a função persuasiva (como um meio para levar o receptor a ver o filme), e se assume plenamente como um espaço de mediação entre o produtor do cartaz (emissor) e o interpretante (receptor), e não entre o filme e o interpretante. Com este procedimento, ocorre uma evolução da linguagem do cartaz.

Esta evolução ou, melhor dizendo, este aumento de complexidade da linguagem é passível de ser percebido quando efetuada a leitura do meio. Verificamos que os cartazes selecionados são obras que pedem uma percepção mais durável, por evitarem a redundância e a informação fácil baseadas em fórmulas testadas.

Após a experiência da leitura, tanto o cartaz quanto o seu leitor saem transformados. O leitor, ao recuperar a leitura do filme feita pelo produtor do cartaz, não apenas relê/ lê o filme, mas também (re)conhece os códigos do cartaz, ampliando o seu repertório. Por outro lado, o cartaz, ao

unesp

ser lido, isto é, ao ser considerado como linguagem, adquire sentido enquanto meio, pois põe em funcionamento os seus códigos, tendo a oportunidade de mostrar suas tessituras.

A ação da leitura pode recuperar inclusive a história do meio. Como foi visto no primeiro capítulo, o desenvolvimento da linguagem do cartaz pôde ser resgatado nele próprio. Através de breves leituras, foi possível trazer à tona a relação do cartaz com a tecnologia que o torna possível (os métodos de impressão), e inclusive como a sua interface, isto é, a relação com o seu usuário foi explorada.

No ato da leitura, nossa experiência não só é posta à prova, como também é modificada. Ao ler o signo, resgatamos o que conhecemos para podermos produzir inferências. Porém, neste processo, reaprendemos a lê-lo, pois diante dele precisamos produzir um (re)conhecimento, o que nos leva a reeducar a percepção. Como numa sessão psicanalítica, a leitura funciona como um exercício em que se "desmonta" o meio, tentando conhecê-lo a partir dele mesmo.

Na leitura específica do *corpus* selecionado, verificamos que mais importante que o filme, é a leitura que o produtor do cartaz faz dele, traduzindo-o para a linguagem do cartaz. Sendo assim, a forma com que o cartaz conjuga os seus códigos torna-se mais importante que o filme divulgado. Podemos dizer que estes cartazes reforçam a tese de que a mensagem está no meio (cartaz), ou mais propriamente, nos seus códigos, ou seja, no próprio processamento da informação e não na informação em si.

Por outro lado, podemos dizer que a leitura do filme *nos* códigos do cartaz explicita outros códigos que fazem parte da linguagem cinematográfica que, na maioria das vezes, nos passam desapercebidos, visto que, ao vermos o filme, ficamos absorvidos pela sua narrativa (o "conteúdo" do filme). Na leitura dos cartazes, reconhecemos não somente a característica do cinema como uma área de visionamento de situações, gestos e fisionomias (evidenciada pelos cartazes hollywoodianos), mas também o

unesp

percebemos como um espaço de articulação de uma gramática visual, ou seja, pelos cartazes, podemos perceber que grande parte da informação do filme está nos seus elementos visuais, sejam eles o rosto do ator, os objetos em cena ou mesmo o cenário. A informação/ comunicação não existe somente nos diálogos ou na narrativa. Como exemplo, podemos lembrar o cartaz do filme "Vertigo". Este cartaz, como vimos, ao nos levar a ler os personagens como signos visuais, salienta que a personalidade deles não é somente revelada nas expressões fisionômicas dos atores ou nas situações criadas pela história, mas também podem ser percebidas (lidas) em seus gestos, suas roupas, enfim, em sua imagem. Estes cartazes também reforçam a compreensão de elementos metafóricos que no filme são subliminares. Assim, a espiral de "Vertigo", as bananas de "Carmen Miranda", a cauda do diabo e a espada/cruz de "Saint Joan" e a locomotiva de "The General" nos propiciam perceber, respectivamente, a estrutura da narrativa, a alegoria popular da personagem Carmen Miranda, o folclore e o dualismo que marcam a história de Joana d´Arc e a Guerra Civil norte-americana como um resultado do progresso que chegou (com a força de uma locomotiva) aos atrasados estados sulistas. Estes signos visuais representam e nos levam a notar aspectos dos quais nem sempre tomamos consciência quando vemos o filme.

Outro aspecto notado nestes cartazes, é que eles produzem uma satisfação que não existe no cartaz hollywoodiano. Ao efetuar a leitura, somos agraciados com um jogo perceptivo que vai se mostrando coerente a cada revelação. Já o cartaz hollywoodiano não quer chamar a atenção para ele próprio, quer que nos interessemos pelo filme. Por isso, não busca satisfazer nem produzir nenhuma conclusão. Apenas levantam indícios do que poderá ser "visto" no filme. Todos os cartazes analisados exploraram esta característica. Embora o filme tenha sido resgatado nas leituras, pode se perceber que, nestes cartazes, este procedimento não é fundamental para que a interpretação/ compreensão seja efetuada, embora podemos dizer que este resgate foi útil no

unesp

sentido que possibilitou perceber como a tradução foi efetuada pelo produtor do cartaz. Também foi possível notar como o cartaz favorece a relação por associação. Tudo que lhe é inserido é levado a ser considerado associativamente.

Finalmente, cabe mais uma vez ressaltar que é impossível sair ileso da experiência da leitura. Esperamos que este trabalho não seja somente mais uma contribuição ao estudo da linguagem de um meio de comunicação, mas também sirva como estímulo à exploração da linguagem no sentido de buscar uma diversificação do repertório e, por fim, que encoraje novas buscas do entendimento das formas de processamento de informação efetuadas pela mente humana.

unesp

BIBLIOGRAFIA

AMENGUAL, Barthélemy. *Chaves do Cinema.* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1973.

ARGAN, Giulio Carlo. *Arte Moderna.* São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

AUMONT, Jacques. *A imagem.* São Paulo: Papirus, 1993.

_____ ... et al. *A estética do filme.* Campinas: Papirus, 1995.

BARNICOAT, John. *Los carteles su historia y lenguaje.* Barcelona: Gustavo Gili, 1976.

BAUDELAIRE, Charles. *Sobre a modernidade.* São Paulo: Paz e Terra, 1996.

BAYER, Raymond. *Historia de la estética.* México: Fondo de Cultura Económica, 1993.

BETTON, Gérard. *Estética do cinema.* São Paulo: Martins Fontes, 1987.

BIGAL, Solange. *O que é criação publicitária (ou o estético na publicidade).* São Paulo: Nobel, 1999.

CANEVACCI, Massimo. *Antropologia da Comunicação Visual.* São Paulo: Brasiliense, 1990.

CASASÚS, José M. *Teoria da imagem.* Rio de Janeiro: Salvat, 1979. Entrevista com Marshall McLuhan, pg. 08.

CARAMELLA, Elaine. *História da Arte - fundamentos semióticos.* Bauru SP: Edusc, 1998.

DENIS, Rafael Cardoso. *Uma introdução à história do design.* São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

DONDIS, D. A. *La sintaxis de la imagem - introducción al alfabeto visual.* Barcelona: Gustavo Gili, 1976.

ECO, Umberto. *A estrutura ausente.* São Paulo: Perspectiva, 1971. (Capítulo A: o sinal e o sentido, Capítulo B: o olhar discreto).

EDWARDS, Gregory J. *The book of the international film poster.* London: Tiger Books, 1985.

EISENSTEIN, Sergei. *Da Revolução à Arte. Da Arte à Revolução.* Lisboa: Editorial Presença, s.d.p.

EISNER, Lotte. *O écran demoníaco.* Lisboa: Aster, s.d.p.

EISNER, Will. *Quadrinhos e a arte seqüencial.* São Paulo: Martins Fontes, 1989.

EPSTEIN, Isaac. *Teoria da Informação.* São Paulo: Ática, 1988.

FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores em comunicação.* São Paulo: Edgar Blücher, 1982.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

FERLAUTO, Claudio. *O tipo da gráfica e outros escritos.* São Paulo: Cachorro Louco, 2000.

FERMIGIER, André. *Toulouse Lautrec.* Lisboa: Editorial Verbo, 1972.

FERRARA, Lucrécia D'Aléssio. *Leitura sem palavras.* São Paulo: Ática, 1997.

_____. *A estratégia dos signos.* São Paulo: Perspectiva, 1981.

_____. *Olhar Periférico: informação, linguagem, percepção ambiental.* São Paulo: Edusp, 1993. Capítulo 6: A ciência do olhar atento, Capítulo 7: O código em férias.

FERREIRA, Orlando da Costa. *Imagem e letra: introdução à bibliologia brasileira a imagem gravada.* São Paulo: Edusp, 1994.

FRANCASTEL, Pierre. *Arte e técnica.* Lisboa: Livros do Brasil, s.d.

FRUTIGER, Adrian. *Signos, símbolos, marcas, señales - elementos, morfologia, representação, significação.* Barcelona: Gustavo Gili, 1981.

GROPIUS, Walter. *Bauhaus - novarquitetura.* São Paulo: Perspectiva, 1988.

HENNEBELLE, Guy. *Os cinemas nacionais contra Hollywood.* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

HOLLIS, Richard. *Graphic design - a concise history.* London: Thames and Hidson, 1994.

IVINS JR., W.M. *Imagen impresa y conocimiento - análisis de la imagen prefotográfica.* Barcelona: Gustavo Gili, 1975.

KARNEY, Robyn (org.). *Chronicle of the cinema.* London: Dorling Kindersley, 1995.

KERCKHOVE, Derrick de. *A pele da cultura.* Lisboa: Relógio d'Água, 1997.

McLEAN, Ruari. *Manual of typography.* Londres: Thames and Hudson, 1980.

McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem.* Cultrix: São Paulo, 1995.

_____. *A galáxia de Gutemberg - a formação do homem tipográfico.* São Paulo: Nacional, Editora da USP, 1972.

_____& FIORE, Quentin. *O meio são as massa-gens, um inventário de efeitos.* Rio de Janeiro: Record, 1969.

_____& PARKER, Harley. *O espaço na poesia e na pintura através do ponto de fuga.* São Paulo: Hemus, 1975.

_____& CARPENTER, Edmund (org.). *Revolução na comunicação.* Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1971.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

MACHADO, Irene. *Analogia do dissimilar.* São Paulo: Perspectiva, 1989.

MARTIN, Marcel. *A linguagem cinematográfica.* Belo Horizonte: Itatiaia, 1963.

METZ, Christian. *O significante imaginário - psicanálise e cinema.* Lisboa: Livros Horizonte, 1980.

MOLES, Abraham. *O cartaz.* São Paulo: Perspectiva, 1974.

MOYA, Álvaro de. *Shazam!* São Paulo: Perspectiva, 1977.

NOVAES, Adauto (org.). *O Olhar.* São Paulo: Cia. das Letras, 1988.

PACK, Susan. *Film posters of the russian avant-garde.* Köln: Taschen, 1995.

PARAIRE, Philippe. *O cinema de Hollywood.* São Paulo: Martins Fontes, 1994.

PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica e filosofia.* São Paulo: Cultrix, 1972.

___ *Semiótica.* São Paulo: Perspectiva, 1977.

PEVSNER, Nikolaus. *Os pioneiros do desenho moderno - de William Morris a Walter Gropius.* São Paulo: Martins Fontes, 1995.

PIGNATARI, Décio. *Informação, linguagem, comunicação.* São Paulo: Cultirx, 1974.

RODRIGUES, Eduardo de Jesus. *O cartaz em São Paulo.* São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura, 1980.

SATUÉ, Enric. *El diseño grafico: desde las orígenes hasta nuestros dias.* Barcelona: Alianza Forma, 1997.

SEVERINO, Antonio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico.* São Paulo: Cortez, 1993.

SHORT, Robert. *Dada & Surrealism.* London: Laurence King, 1980.

WÖLFFLIN, Heinrich. *Conceitos fundamentais da história da arte.* São Paulo: Martins Fontes, 1996.

Periódicos

CUADRADO, John A. Russian film posters revolutionary images from the 1920s avant-garde. *Architectural Digest*. USA, 55 (4): 261-265, abril 1998.

FABRIS, Annateresa. A fotomontagem como visão política. *Folhetim nº 559.* Suplemento do jornal Folha de São Paulo, 23/12/1987.

HASKIN, Pamela. Saul, can you make me a title? *Film Quaterly.* USA, 1996.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17

LEENHARDT, Jacques. A escrita e a violência da imagem. *Folhetim nº 635.* Suplemento do jornal Folha de São Paulo, 18/03/1989.

MACHADO, Arlindo. Fotografia em mutação *Nicolau* . Curitiba, 49, julho/agosto 1993.

SICHEL, Berta. MoMa exibe duas mostras de arte gráfica. *O Estado de São Paulo*, 26/08/1997.

Biblioteca - Unesp - Bauru
Processo. 23/44/01/09 D R$ 10,00
Procedência: Fernando A. Ferreira

Incorporado em: 15/05/09

O FILME NO CARTAZ

0810001761

Este trabalho tem por objetivo explorar e conhecer as tessituras e os códigos que compõem a linguagem do cartaz de cinema, através do procedimento da leitura de um *corpus* selecionado, composto de quatro cartazes. O cartaz de cinema é aqui encarado como meio, ou seja, como um espaço que media informações entre um receptor e um emissor. Os cartazes que compõem o *corpus* são, na verdade, uma das hipóteses da pesquisa, visto que esta pretende investigar o que ocorre quando o cartaz de cinema não funciona apenas como publicidade, mas sim como um " leitor" do filme, traduzindo este para os códigos que lhes são próprios. Neste sentido, as leituras irão trazer à mostra as ocorrências surgidas neste procedimento, no qual o meio toma consciência da sua linguagem e entra em contato com códigos de uma outra, no caso, a cinematográfica. A fim de tentar abarcar um tema que por natureza é multidisciplinar, as leituras serão efetuadas dentro de uma abordagem que envolve Teoria da Comunicação e Informação, Estética e Semiótica, Arte e Mídia.

unesp